

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PERIODISMO  
PARA PRENSA, RADIO Y TV

“PROPUESTA PARA LA PRODUCCIÓN DE UNA SERIE DE AUDIOGUÍAS  
TURÍSTICAS DIGITALES PARA LA CIUDAD DE QUITO”

KARLA ANAHÍ SANDOVAL MORA

DIRECTOR: MTR. PATRICIO CEVALLOS

QUITO, 2013

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN .....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>2</b>
<b>1. Capítulo1: El turismo.....</b>	<b>4</b>
1.1. Turismo: una actividad cotidiana del siglo XXI .....	5
1.1.1. El turismo como actividad social .....	5
1.1.2. Entorno socioeconómico del turismo .....	7
1.1.3. Tipologías turísticas .....	8
1.1.4. El turismo guiado .....	9
1.2. El turismo en el Ecuador .....	13
1.2.1. Situación del turismo en el país.....	14
1.2.2. El turismo como área estratégica de desarrollo.....	16
1.2.3. Infraestructura turística .....	17
1.2.4. Atractivos y tipologías turísticas .....	24
1.3. El turismo en Quito .....	28
1.3.1. Situación del turismo en la ciudad .....	28
1.3.2. Quito, Patrimonio de la Humanidad.....	31
1.3.3. Atractivos turísticos de la ciudad .....	32
<b>2. Capítulo2: Nuevas tecnologías turísticas.....</b>	<b>48</b>
2.1. Las nuevas tecnologías de la comunicación e información .....	48
2.1.1. Dispositivos tecnológicos.....	55
2.1.2. Conectividad.....	60
2.1.3. Plataformas digitales y servicios en línea .....	64
2.1.4. Sociabilidad.....	68
2.2. Tecnologías turísticas.....	69
2.2.1. Planificación turística .....	70
2.2.2. Registro y documentación de la experiencia personal .....	71
2.2.3. Publicación, socialización e interacción.....	73
2.2.4. Interacción social.....	76
<b>3. Capítulo 3: Propuesta de guía turística en audio</b>	
<b>    para el Centro Histórico de la ciudad de Quito .....</b>	<b>77</b>
3.1. Encuesta sobre turismo guiado en Quito.....	77

3.2. Resultados de la encuesta.....	81
3.3. Justificación de la Propuesta .....	91
3.4. Objetivos .....	93
3.4.1. General .....	93
3.4.2. Específicos .....	94
3.5. Propuesta .....	94
3.5.1. Determinación de público objetivo .....	95
3.5.2. Determinación de circuitos turísticos.....	97
3.5.3. Presupuesto.....	102
3.5.4. Financiamiento .....	102
3.5.5. Producción del prototipo de audioguía turística.....	103
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>112</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>114</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXOS</b>	
<b>Anexo 1:</b> Entrevista a Julio Rivas, guía turístico del Centro Histórico .....	122
<b>Anexo 2:</b> Entrevista a Monserrat Gómez, Guardianes del Patrimonio .....	145
<b>Anexo 3:</b> Entrevista a Lenin Robles, Quito Eterno.....	152
<b>Anexo 4:</b> Consulta por correo electrónico a la Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística del Ministerio de Turismo del Ecuador sobre los motivos de los turistas extranjeros para visitar el Ecuador .....	162
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b>	
<b>Gráfico 1:</b> Tipos de Alojamiento .....	18
<b>Gráfico 2:</b> Ingreso de Extranjeros a Quito .....	81
<b>Gráfico 3:</b> Número de personas que viajan a Quito .....	82

<b>Gráfico 4:</b> Visita a otras ciudades del Ecuador .....	83
<b>Gráfico 5:</b> Días del itinerario que se planea estar en Quito .....	83
<b>Gráfico 6:</b> Principal motivo de viaje a Quito .....	84
<b>Gráfico 7:</b> Interés de los atractivos turísticos de Quito .....	86
<b>Gráfico 8:</b> Tiempo máximo de caminata en Quito.....	87
<b>Gráfico 9:</b> Contratar guía turística en Quito .....	87
<b>Gráfico 10:</b> Factores para contratar o no contratar guía turística.....	89
<b>Gráfico 11:</b> Disponibilidad de los dispositivos electrónicos de los turistas que llegan a Quito .....	90
<b>Gráfico 12:</b> Determinación de Rutas Turísticas para recorrer el Centro de Quito con audioguía.....	97
<b>Gráfico 13:</b> Determinación de la Ruta A del Centro de Quito.....	98
<b>Gráfico 14:</b> Determinación de la Ruta B del Centro de Quito.....	99
<b>Gráfico 15:</b> Determinación de la Ruta C del Centro de Quito.....	100
<b>Gráfico 16:</b> Determinación de la Ruta D del Centro de Quito.....	102

## **RESUMEN**

Este trabajo de investigación propone la creación de una serie de guías turísticas en audio para el Centro Histórico de la ciudad de Quito. La disertación inicia con una revisión teórica acerca del turismo y el guiado turístico como actividad social y económica, su desarrollo en el Ecuador y, específicamente, en la capital ecuatoriana. A partir de ese punto, se reseñan las posibilidades tecnológicas de las guías de turismo y los hábitos tecnológicos y turísticos de los viajeros que llegan a Quito. Finalmente, se determinan cuatro rutas peatonales y sus puntos de interés turístico y se propone el prototipo audible de una de ellas.

## INTRODUCCIÓN

Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información han invadido todos los espacios de la cotidianidad de las personas en el mundo contemporáneo. En el Ecuador, sin embargo, pocas son las aplicaciones de esas tecnologías en ciertos ámbitos, tales como el turístico.

Se eligió el tema turístico por ser una actividad económica importante para el país, que no ha sido lo suficientemente explotada y que se presta para la elaboración de proyectos fundamentados en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Entre las múltiples opciones y soportes que ofrece el ámbito digital, el audio es, quizás, el formato menos explorado y desarrollado en comparación al texto escrito, la imagen y el video.

Aunque el audio como soporte para el guiado turístico es empleado en ciertos lugares atractivos de la ciudad de Quito, como museos, hasta el momento no se ha desarrollado una guía turística que acompañe al viajero en su recorrido por las calles principales de la ciudad. De ahí la pertinencia del tema de esta disertación.

El presente trabajo se divide en tres partes: una investigación documental, una investigación de campo y una propuesta concreta de prototipo de guía turística audible.

En el primer capítulo, se reseña la evolución histórica del turismo como actividad socio-económica, así como el desarrollo de las guías turísticas como producto comunicativo. Posteriormente, se muestra la actividad turística en el Ecuador y en Quito. Finalmente, se revisa el repertorio de atractivos turísticos que tiene la ciudad.

La evolución de las nuevas tecnologías es el tema central del segundo capítulo: se reseñan los inicios del internet y se profundiza en los formatos y plataformas digitales, los diferentes dispositivos para el consumo de cualquier tipo de información. Para

terminar, se vinculan las nuevas tecnologías con el uso y consumo de aplicaciones tecnológicas en el ámbito turístico.

El tercer capítulo plantea una investigación de campo basada en la implementación de una encuesta, aplicada a turistas extranjeros que, por uno u otro motivo, llegaron a la ciudad de Quito. La encuesta recoge los hábitos turísticos de los viajeros y su capacidad tecnológica para consumir aplicaciones en audio. A partir de la interpretación de los datos de la encuesta, se establecen las bases para la propuesta de audioguías turísticas para el Centro Histórico de la ciudad de Quito.

Por último, el cuarto capítulo contiene la propuesta concreta de producción de una serie de audioguías turísticas para cuatro rutas peatonales en el centro histórico de Quito. Para ejemplificar mejor el producto, culmina con la presentación del prototipo audible de una de las guías.

## CAPÍTULO 1: EL TURISMO

El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas fuera de su entorno natural. La definición de turismo propuesta por la Organización Mundial del Turismo y aceptada por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas dice:

El turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para entender fundamentalmente a los visitantes. Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país visitado.<sup>1</sup>

El turismo es una actividad que “ha crecido sustancialmente en el último cuarto del siglo, como un fenómeno económico y social”<sup>2</sup>; por eso, en este capítulo se analizará cómo éste se ha convertido en una actividad cotidiana del siglo XXI: el turismo como una actividad social, entorno socioeconómico, las diferentes tipologías turísticas y el turismo guiado. Una vez visto de manera genérica, se procederá a centrar el enfoque en las características turísticas del Ecuador: la situación del turismo ecuatoriano, el turismo como estrategia de desarrollo, la infraestructura turística y los atractivos turísticos en el país. Este último punto se volverá específico ya que nos centraremos en la capital del Ecuador, Quito. Se analizará: la situación del turismo en la ciudad, Quito como Patrimonio de la Humanidad y los atractivos de la ciudad.

---

<sup>1</sup> Organización de las Naciones Unidas. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales división de estadística, *Cuenta satélite de Turismo: recomendaciones sobre el Marco Conceptual, 2008*, Publicación de la Organización de las Naciones Unidas y Organización Mundial de Turismo, Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París, 2010, p. 15.

<sup>2</sup> Naciones Unidas Departamento de Asuntos Económicos y Sociales división de estadística, *Cuenta satélite de Turismo: recomendaciones sobre el Marco Conceptual, 2008*, Publicación de la Naciones Unidas y Organización Mundial de Turismo, Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París, 2010, p. 15.



## 1.1. Turismo: una actividad cotidiana del siglo XXI

El turismo se vuelve una actividad de masas a partir de la segunda mitad de siglo XX. Varios han sido los factores que han contribuido a que el turismo se vuelva cotidiano y deje de ser un lujo elitista que solo pocos podían disfrutar.

Las razones que popularizaron al turismo son:

- a. Avances tecnológicos: el desarrollo de la tecnología mejoró las vías de transporte aéreas, marítimas y terrestres abaratando costos de movilización.

Los avances tecnológicos en transportes han venido siendo, desde hace ya bastantes décadas, uno de los principales mecanismos inductores del turismo, pues éstos han favorecido la caída de los precios y un cambio radical en las relaciones espacio – tiempo<sup>3</sup>

- b. Incremento de la ‘renta por hogar’ debido a la inclusión de la mujer a la vida laboral y su contribución económica.
- c. Elevación de la calidad de vida de las personas a causa de la reducción de las horas de trabajo, las vacaciones pagadas, la tendencia al ocio y a la recreación, la antelación a la jubilación y envejecimiento de la población.
- d. Valores propios de la postmodernidad basados en la filosofía hedonista de buscar el placer del cuerpo y la supresión del dolor<sup>4</sup>.

### 1.1.1 El Turismo como una actividad social

Como se ha mencionado anteriormente, la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas define la práctica turística como un conjunto de actividades de personas. Al referirse a las ‘personas’ como agentes principales de turismo, se lo sitúa como una actividad social.

---

<sup>3</sup> José Ángel Hernández Luis, “Turismo de masas y transporte: el gran reto del turismo del siglo XXI,” en *Scripta Nova*, revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Vol. XII, núm. 258, <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-258.htm>, fecha de acceso: 1 de octubre de 2012.

<sup>4</sup> Ana Luisa Pereira, María Johana Félix, *siglo XXI: nuevos valores, nuevas profesiones. Una perspectiva del ocio deportivo en la naturaleza integrada al Turismo*, revista digital Lecturas, Educación Física y Deportes, Buenos Aires, N° 50, julio de 2002 p. 4, <http://www.efdeportes.com/efd50/turismo.htm>, fecha de acceso: 30 de septiembre de 2012.

La masificación del turismo es producto de una sociedad moderna. “La modernidad es una condición en la que se imbrican un conjunto de valores e ideas, con formas específicas de organización social, económica y política”.<sup>5</sup> Este conjunto de valores e ideas conlleva a actividades específicas, entre ellas el turismo.

El turismo, desde el siglo XVII hasta el siglo XX, fue visto como un viaje para el conocimiento de ‘los otros’; los destinos predominantes eran lugares de cultura antigua renacentista europea. El motivo del viaje era el conocimiento y la formación personal, como lo menciona Bertonecello.<sup>6</sup> Era una especie de rito de iniciación en la vida acomodada y culta de las clases sociales privilegiadas. A esta práctica se sumaban amplios grupos de la burguesía.

Producto de la industrialización, aparecen los obreros asalariados a los que, en un inicio, no se les permitía el ocio ni la vagancia. Con la revalorización de la modernidad, aparece una esfera del ocio contrapuesta a la esfera del trabajo, que se irá sedimentando en la sociedad de la modernidad. La reivindicación del tiempo libre se complementará con los derechos laborales de la sociedad.<sup>7</sup>

En este contexto se amplía el grupo de personas con prácticas turísticas destinadas a salir de los lugares de residencia (urbanos) para descansar en lugares considerados de restauración (de la fuerza laboral) y así dar lugar al turismo de masas.<sup>8</sup>

El turismo masivo se consolida en las sociedades en las que se toma en cuenta la esfera del ocio y el tiempo libre como un derecho de los trabajadores amparado

---

<sup>5</sup> Rodolfo Bertonecello, *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas*, Universidad de Buenos Aires, 2002, p. 32.

<sup>6</sup> Ibidem.

<sup>7</sup> Ídem, p. 33- 34.

<sup>8</sup> Ibidem.

en las legislaciones. En este tipo de sociedades, el turismo se considera un derecho laboral y social al que varias clases sociales pueden acceder.

El fenómeno turístico se origina en aspectos sociales: “en suma se puede apreciar que el turismo como fenómeno complejo tiene su origen en gran medida en aspectos sociales pero con gran repercusión en los económicos, políticos, culturales y ambientales”.<sup>9</sup>

### **1.1.2 Entorno socioeconómico del turismo**

El avance tecnológico en los medios de comunicación y de transporte, las modificaciones sociales que han permitido la existencia del tiempo libre y el ocio, los amparos legislativos que fortalecen los derechos laborales, los acuerdos sobre la movilidad de las personas y del capital han hecho que el turismo tenga relevancia mundial. Según el Comunicado de Prensa del 7 de septiembre de 2011 de la Organización Mundial del Turismo –OMT–, el turismo internacional creció casi en un 5% en la primera mitad de 2011, alcanzando un récord de 440 millones de llegadas.<sup>10</sup>

Las condiciones políticas, económicas y sociales anteriormente mencionadas, de mano del capitalismo global, han profundizado las prácticas turísticas. Cada vez se han incrementado más agentes económicos –transporte, agencias de viajes, restaurantes y hoteles, servicios personales y recreativos, entre otros–, que convierten al turismo en un negocio económico guiado por la oferta y la demanda y que tiene como fin la obtención de réditos económicos. Se han

---

<sup>9</sup> Ulises Castro Álvarez, *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región Costa, Sur de Nayarit México*, tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias para el desarrollo sustentable, Universidad de Guadalajara, Jalisco, Octubre 2009, p. 64.

<sup>10</sup> Organización Mundial del Turismo, *El turismo internacional muestra un saludable crecimiento en la primera mitad del 2011*, Comunicado de Prensa en línea, Madrid, 7 de septiembre de 2011, [http://www.unwto.org/media/news/sp/press\\_det.php?id=1665&idioma=S](http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=1665&idioma=S), fecha de acceso: 3 de octubre de 2011.

multiplicado las ofertas turísticas, motivadas por la publicidad, para dar a conocer a los potenciales consumidores los productos turísticos. El turismo dejó de ser producto de la esfera del ocio en reivindicación de la esfera del trabajo, para convertirse en una práctica consumista.

Las narrativas que justificaban el turismo como recompensa y derecho adquirido por la participación en la esfera del trabajo, y como instancia de restauración física se resquebrajan, y entre sus fragmentos se reafirma el consumo por el consumo mismo que no requiere justificación.<sup>11</sup>

El turismo, como ninguna otra actividad económica, ejemplifica claramente el alcance mundial que tienen las empresas transnacionales.

### **1.1.3 Tipologías Turísticas**

La clasificación del turismo está íntimamente relacionada con la demanda turística, entendida como el proceso de toma de decisiones de los individuos para planificar su tiempo libre y de ocio que conllevaría al turismo.

La OMT clasifica al turismo según los motivos de viaje:

- Educación y Cultura: conocer cómo vive y trabaja la gente de otros lugares; visitar monumentos y piezas de arte; comprender mejor los acontecimientos actuales; asistir a eventos especiales, culturales o artísticos.
- Relajación, aventura y placer: escapar de la rutina diaria y de las obligaciones; visitar nuevos sitios, gente o buscar nuevas experiencias; pasarla bien o tener alguna aventura romántica o sexual.

---

<sup>11</sup> Rodolfo Bertonecello, *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas*, Universidad de Buenos Aires, 2002, p. 11.

- Salud y esparcimiento: descansar y recuperarse del trabajo y estrés; practicar deporte y ejercicio.
- Familia y amigos: visitar los lugares de origen de la familia; visitar amigos y parientes; pasar tiempo con la familia y los niños.
- Esnobismo: poder hablar de los lugares visitados, porque están de moda o para demostrar que uno puede permitírselo.<sup>12</sup>

También podemos encontrar otros criterios de clasificación, como el número de personas involucradas:

- Turismo individual: en el programa de actividades e itinerario no interviene ningún agente turístico: el viajero decide cuándo y dónde ir, qué hacer y cómo trasladarse.
- Turismo de masas: se crean programas dedicados a grupos numerosos de turistas. Incluso si el viajero participa en un *tour* de modo individual, se encontrará con otros individuos que han adquirido el mismo paquete turístico. El carácter masivo permite reducir los costos que cada turista paga y acceder a los servicios a personas provenientes de diversas clases socioeconómicas.

#### **1.1.4 El turismo guiado**

El origen de la actividad turística data de los tiempos más ancestrales del ser humano. En la literatura clásica encontramos testimonios de viajeros como *La Iliada* o *La Odisea*. Los romanos eran viajeros con motivaciones históricas y religiosas: se desplazaban hacia los lugares donde habían vivido Sócrates o

---

<sup>12</sup> Organización Mundial del Turismo, *Introducción al turismo*, 14 de julio de 2008, p. 76.

Alejandro Magno, o donde había sido incinerado Aquiles, por ejemplo. Organizaban viajes turísticos a caballo y recorrían distancias de aproximadamente 160 km. En el siglo VII a.C., la civilización helénica organizaba viajes masivos hacia la ciudad de Olimpia para presenciar los juegos deportivos cada 4 años. En épocas de Alejandro el Grande, en el siglo IV a.C., se realizaban viajes de control político y militar que abrían nuevas rutas para facilitar, posteriormente, la movilización de las más selectas élites.<sup>13</sup>

En ese tiempo ya existía el concepto de ‘itinerario’:

Ciertos historiadores nos dicen que en esos tiempos ya se disponía de itinerarios, que proviene de la palabra griega *itinerarium*; existía información de las rutas a seguir, nombres de los caminos construidos por los romanos (...) También se calculaban distancias y tiempos que se llevaba en ir de un lugar hacia otro del imperio.<sup>14</sup>

Plutarco, uno de los más destacados autores de la Grecia antigua, ya se quejaba, en uno de sus relatos, de los largos y tediosos discursos de los guías turísticos. Este testimonio da cuenta de la existencia de personas dedicadas a guiar a otros en sus viajes.<sup>15</sup>

La contratación de los servicios de una persona que guíe a los turistas es uno de los factores que mueve, actualmente, a la industria turística. La Secretaría de Turismo del Gobierno de México, Sectur, define a los guías turísticos como:

personas físicas que proporcionan al turista nacional o extranjero orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia; los cuales pueden

---

<sup>13</sup> Octavio Getino, *Turismo. Entre Ocio y el Negocio. Capítulo 2*, en el blog de Octavio Getino, bitácora en línea <http://octaviogetinocine.blogspot.com/2010/06/turismo-entre-el-ocio-y-el-negocio.html>, fecha de creación: 3 de julio de 2010, fecha de acceso: 8 de noviembre de 2011.

<sup>14</sup> María Dolores Cazorla, *Antecedentes de la actividad turística: evolución y características de los viajes a través de la historia*. Presentación PowerPoint para la clase Introducción al Turismo, en línea: <http://www.slideshare.net/Amvz/cap-i-antecedentes-de-la-actividad-turstica>. Fecha de acceso: 19 de octubre de 2011.

<sup>15</sup> *Ibidem*.

prestar sus servicios bajo la modalidad de guía general o guía especializado en un tema o localidad específica de carácter cultural<sup>16</sup>

A la par con esta evolución en el perfil profesional del turismo guiado presencialmente, se desarrolló también un conjunto de guías “inertes”, definidas como objetos comunicativos capaces de informar al turista acerca del destino visitado.

En la antigua Grecia hubo también documentos que facilitaban la visita turística a sitios como la Acrópolis de Atenas y la ciudad de Esparta. Eran guías escritas a mano sobre pergaminos. *Descripciones de Grecia*<sup>17</sup>, escrito por Pausanias, elaborado en el año 150 a.C., podría definirse como una de las primeras guías de turismo. Era como un libro de geografía que describía sitios cuya visita era recomendable, desde Delfos hasta Olimpia, pasando por Atenas.<sup>18</sup>

Entre las más antiguas y famosas guías turísticas se encuentra la elaborada en el año 1140 por el monje francés Aymeric Picaud. La “Guía del peregrino de Santiago de Compostela”, incluida en el libro V del llamado *Códice Calixtino*, es un manuscrito iluminado que guiaba a los peregrinos en su camino hacia Santiago de Compostela. La guía tenía consejos, descripciones de la ruta, de las obras de arte y las costumbres de la gente que vivía a lo largo del camino.<sup>19</sup>

Después de la “Guía del peregrino de Santiago de Compostela” se realizaron otras guías en soporte físico; se destacan las guías de peregrinos de Roma, a las

---

<sup>16</sup> José Luis Cruz, *Capacitación para guías de turistas*, Secretaría de Turismo de México, 29 de septiembre de 2011, en línea:  
[http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Capacitacion\\_para\\_Guias\\_de\\_Turistas](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Capacitacion_para_Guias_de_Turistas), fecha de acceso: 4 de octubre de 2011.

<sup>17</sup> Pausanias, *Description of Greece*, traducido al inglés desde el griego por Thomas Taylor, Tilden Library, Londres, 1895.

<sup>18</sup> Octavio Getino, *Turismo. Entre Ocio y el Negocio. Capítulo 2*, en el blog de Octavio Getino, bitácora en línea <http://octaviogetinocine.blogspot.com/2010/06/turismo-entre-el-ocio-y-el-negocio.html>, fecha de creación: 3 de julio de 2010, fecha de acceso: 8 de noviembre de 2011.

<sup>19</sup> Aymeric Picaud, en CaminoSantiago.com, en línea  
<http://www.caminosantiago.com/index.php/es/cultura/peregrinos-ilustres/62-aymeric-picaud>, fecha de acceso: 27 de junio de 2011.

que genéricamente se llaman *Mirabilia Urbis Romae*, cuya producción se inició en el siglo XII, aunque hubo que esperar hasta el siglo XVI para que circulasen ediciones impresas de las guías.<sup>20</sup> Las *Mirabilia Urbis Romae* presentan significativos ejemplares de guías de peregrinos como las de: “Antonio Ponto, Felini o Cabrera Morales (...) y de las obras esenciales de la primera arqueología romana como las de Francesco Albertini, Flavio Biondo, Andrea Fulvio, Lucio Fauno o el opúsculo del italiano Andrea Palladio *L’Antichità di Roma*, que se convirtió en el complemento idóneo de las primeras”.<sup>21</sup>

Palladio publicó *L’Antichità di Roma* en 1554. Era una guía de sus viajes hacia la Ciudad Eterna en 1541 y 1545. *L’Antichità di Roma*<sup>22</sup> describe brevemente la apariencia e historia de las ruinas antiguas escrita por viajeros que se reunieron en Roma para presenciar sus maravillas. En la guía se incluye secciones de puentes, colinas, suministros de agua, acueductos, baños, circos, teatros, foros, arcos, templos y columnas de la antigua ciudad, así como legendarias edificaciones como la “Casa Dorada de Nerón”.<sup>23</sup>

El editor alemán Karl Baedeker, el más destacado productor de guías turísticas de la época, publicó en 1839 su primera guía impresa: *Un viaje por el Rin*, basada en un manuscrito de J. A. Klein.<sup>24</sup> A partir de entonces, Baedeker

---

<sup>20</sup> Cámara Alicia, *De España a Roma. Peregrinar con guía en el siglo de oro*, Universidad Nacional de Educación a distancia UNED, en línea <http://es.scribd.com/doc/51212632/CAMARA-MUNOZ-De-Espana-a-Roma-Peregrinar-con-guia>, fecha de acceso: 7 de noviembre de 2011.

<sup>21</sup> De Ruinas, o sobre maravillas de Roma y primera arqueología, Universidad Complutense Madrid. Biblioteca Histórica, en línea <http://www.ucm.es/BUCM/foa/27725.php>, fecha de acceso: 7 de noviembre de 2011.

<sup>22</sup> Andrea Palladio, *L’Antichità di Roma*, Apreffo Vincenzo Lucrino, 1554.

<sup>23</sup> Vaughan Hart, Peter Hicks, Palladios Rome, en línea:

[https://jscholarship.library.jhu.edu/bitstream/handle/1774.2/32823/PalladiosRome\\_FINAL.pdf](https://jscholarship.library.jhu.edu/bitstream/handle/1774.2/32823/PalladiosRome_FINAL.pdf), fecha de acceso: 7 de noviembre de 2011.

<sup>24</sup> Octavio Getino, “Turismo. Entre el Ocio y el Negocio. Capítulo 2”, en *El blog de Octavio Getino*, bitácora en línea <http://octaviogetinocine.blogspot.com/2010/06/turismo-entre-el-ocio-y-el-negocio.html>, fecha de creación: 3 de julio de 2010, fecha de acceso: 8 de noviembre de 2011.



desarrolló toda una industria de la publicación de guías turísticas en Europa, abarcando múltiples destinos y traduciendo las obras a diversos idiomas.<sup>25</sup>

El formato impreso todavía destaca entre las guías turísticas inertes pues, aparte de su portabilidad y el multilingüismo, puede proveer al turista de mapas, textos relevantes y fotografías descriptivas.

Algunos museos y galerías implementaron, con el advenimiento de las tecnologías audiovisuales, guías turísticas específicas para espacios interiores, pues requerían de una infraestructura fija y conectada a la red eléctrica local.<sup>26</sup>

Pero la evolución de las tecnologías digitales –particularmente las móviles– ha permitido, a partir del siglo XX, generar nuevas opciones para el formato de guía turística, tales como la audioguía, que utiliza un soporte sonoro, o la videoguía, que combina el audio con la imagen en movimiento.

## **1.2 El turismo en el Ecuador**

Ecuador es un país geográficamente pequeño; sin embargo, su territorio posee una diversidad tanto natural –paisajes, flora y fauna– como histórica y cultural. El Ecuador está atravesado por la línea ecuatorial y la cadena montañosa andina, que divide el territorio continental en tres regiones naturales: Litoral o Costa, Interandina o Sierra, Transandina o Amazónica. La presencia de la cordillera determina diferentes altitudes y condiciona las características climáticas, muy diversas. Además de las tres regiones mencionadas, la región Insular –conocida como archipiélago de Galápagos–, ubicada aproximadamente a 1000 km de

---

<sup>25</sup> Renato Quesada Castro, *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad*, 2ª ed., EUNED, San José-Costa Rica, 2010, p. 126.

<sup>26</sup> Iván García Arenilla y otros, *Diseño y Desarrollo de Interfaz Multifuncional Holónica para audioguía de ciudades*, Fecha de creación: octubre de 2010, documento en línea: <http://www.tecnicaindustrial.es/tifrontal/a-3049-Dise%C3%B1o-desarrollo-interfaz-multifuncional-holonica-audioguia-ciudades.aspx>, fecha de acceso: 10 de diciembre de 2012.

distancia de la costa ecuatoriana, es muy conocida por su diversidad biológica. Ecuador es un país de alta biodiversidad: en un pequeño territorio geográfico, a poca distancia de un sitio a otro, se pueden encontrar paisajes, climas, plantas y animales totalmente diferentes. Además, Ecuador es un país multicultural, pues en él habitan numerosas nacionalidades indígenas pluriculturales con sus propias costumbres y tradiciones, que aportan una amplia y variada fisonomía cultural. Dada esa diversidad, Ecuador constituye un interesante y apetecido destino para todo tipo de viajeros con diferentes motivaciones turísticas, orígenes, culturas, edades y ocupaciones.

### **1.2.1 Situación del turismo en el país**

De acuerdo con cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2009, únicamente el 6,38% de los turistas internacionales del mundo llegó al continente americano. De ellos, solo el 37,09% vino a Sudamérica. Y tan solo el 4,83% de los turistas que vinieron a Sudamérica visitó el Ecuador. Eso representa, a nivel mundial, el 0,11% de los 880 millones de turistas internacionales de ese año en el mundo.<sup>27</sup> En el 2011 la llegada de turistas extranjeros se incrementó con 939 millones de turistas; de los cuales el 16%, es decir 156 millones, llegó al continente americano, lo cual representa un incremento del 4% en relación con el año anterior.<sup>28</sup> Según las estadísticas más recientes emitidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, en el período

---

<sup>27</sup> Organización Mundial del Turismo, *Turismo en Iberoamérica: Panorama actual Edición 2010*, Organización Mundial del Turismo, Madrid, 2010, p. 4

<sup>28</sup> World Tourism Organization UNWTO, *Annual Report 2011*, World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, 2012, p. 7.

enero–diciembre de 2012 la entrada de visitantes al país se incrementó con respecto al año anterior: pasó de 1 140 978 visitantes a 1 271 953.<sup>29</sup>

Según *Comportamiento del Turismo: Diciembre 2010*, documento publicado por el Ministerio de Turismo, el principal origen de los turistas que llegan al Ecuador es el continente americano; se destacan los siguientes países: Estados Unidos (23,79%), Colombia (19,48%) y Perú (14,73%). El segundo continente que aporta más visitantes al Ecuador es Europa; provienen principalmente de: España (5,64%), Alemania (2,39%), Gran Bretaña (2,14%) y Francia (1,94%)<sup>30</sup>

Según las más recientes investigaciones sobre las motivaciones de los turistas, se tienen datos en dos categorías, según el medio de locomoción que utilizan para ingresar al Ecuador. En el segmento aéreo, el principal motivo de ingreso del 49,4% de los viajeros es: vacaciones, recreo y ocio; mientras que el 38,9% –segundo motivo más importante– viene para visitar a familiares y amigos. En lo que corresponde al segmento terrestre, el principal motivo para visitar el país del 64,4% de los turistas es: vacaciones, recreo y ocio; mientras que el 20,4% llega para visitar a familiares y amigos, que es el segundo motivo más importante.<sup>31</sup>

En cuanto al turismo interno, el Ministerio de Turismo –MINTUR– realizó una encuesta a hogares ecuatorianos en el período julio–septiembre 2008, en la que se obtuvo una estimación del desplazamiento del turismo interno: el resultado obtenido fue que 1 285 864 personas se desplazaron dentro del país en los dos meses de encuesta, tiempo que –a pesar de no ser representativo de las

---

<sup>29</sup> Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo en el Ecuador APTUR, *Estadísticas de Turismo en el Ecuador*, Documento en línea Turismo Diciembre 2012, <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>, fecha de acceso: 20 de marzo de 2013.

<sup>30</sup> Ministerio de Turismo del Ecuador, *Comportamiento del Turismo Diciembre 2010*, documento digital en línea [http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ANALISIS\\_TURISMO\\_Diciembre.doc](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ANALISIS_TURISMO_Diciembre.doc), acceso: 9 de noviembre de 2011.

<sup>31</sup> Consulta vía correo electrónico a la Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística del Ministerio de Turismo del Ecuador el 10 de noviembre de 2011.

movilizaciones de turistas por todo el territorio— coincide con las vacaciones de verano en la región Sierra.<sup>32</sup>

### 1.2.2 El Turismo como área estratégica de desarrollo

El turismo ha cobrado relevancia mundial, cada año se incrementa el número de turistas internacionales. De igual manera, en el Ecuador el turismo receptivo ha aumentado; por ello, el Estado ecuatoriano ha proyectado al turismo como área estratégica de desarrollo junto con el petróleo, la minería, las telecomunicaciones, la generación de energía, la pesquería agroindustrial y la red vial.

El Gobierno Nacional ha hecho un incremento presupuestario en el sector turístico: el Presupuesto General del Estado contempló en 2010 un valor de 33 828 410,16 dólares destinado al sector turístico.<sup>33</sup>

Según las *Estadísticas Turísticas Agosto 2011*, publicadas en el sitio web del Ministerio de Turismo del Ecuador, en el primer trimestre del año 2011 los ingresos por turismo, en relación con el total de ingresos por exportaciones de producto principal, se encuentran en quinto lugar, anteceditos por: petróleo crudo, plátano, camarón y derivados del petróleo. “El turismo en el Ecuador se revela como un sector en constante crecimiento que emplea de forma directa a 153 295 personas”.<sup>34</sup> Según las estadísticas emitidas por el MINTUR, los ingresos que generó el turismo en 2009 fueron de 667,3 millones de dólares, mientras que

---

<sup>32</sup> Ministerio de Turismo del Ecuador, *Estimación de desplazamientos- Turismo interno*, Documento digital en línea: [http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ESTIMACION\\_DE\\_DESPLAZAMIENTOS.doc](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ESTIMACION_DE_DESPLAZAMIENTOS.doc), fecha de acceso: 14 de noviembre de 2011.

<sup>33</sup> Ministerio de Finanzas del Ecuador, *Presupuesto General del Estado 2010: Consolidación por Sectorial Institución Gasto*, en línea [http://www.mef.gov.ec/PRESUPUESTO\\_2010-2013/PRESENTACION%20PROFORMA%202010%20ASAMBLEA/PGE\\_2010/PRESUPUESTO%20GENERAL%20DEL%20ESTADO%20PGE/GASTOS/1.3%20SECTORIAL%20GASTOS.pdf](http://www.mef.gov.ec/PRESUPUESTO_2010-2013/PRESENTACION%20PROFORMA%202010%20ASAMBLEA/PGE_2010/PRESUPUESTO%20GENERAL%20DEL%20ESTADO%20PGE/GASTOS/1.3%20SECTORIAL%20GASTOS.pdf), fecha de acceso 24 de junio de 2011.

<sup>34</sup> Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, *Censo Nacional Económico 2010*, Unidad de Procesamiento de la Subdirección General del INEC, 2010

en 2010, se elevaron a 786,6 millones de dólares, para el 2011 los ingresos registrados por turismo son de 850 millones de dólares, lo que representa un incremento del 8% en relación con el año anterior.<sup>35</sup>

El turismo es una forma de activar la economía de un país, miles de personas tienen como fuente de empleo agentes turísticos de diversos sectores productivos: transporte, alojamiento, comida, servicios de guía, comunicaciones, entre otros.

### **1.2.3 Infraestructura turística**

La infraestructura turística se entiende como el conjunto de obras materiales e instalaciones que facilitan el alojamiento, la alimentación, el transporte, la producción artesanal, el comercio, la información turística y el esparcimiento de los turistas.<sup>36</sup>

En la última década, el Ecuador ha dado un mayor impulso a las actividades turísticas y al desarrollo de la infraestructura relacionada con el turismo. A continuación, se resume lo más relevante en torno al tema.

#### **Infraestructura hotelera**

En el Censo Nacional Económico 2010 se registraron 51 815 establecimientos económicos destinados a actividades de alojamiento y de servicios de comida en el Ecuador, lo cual representa el 10,36% del total de establecimientos económicos registrados.<sup>37</sup>

---









<sup>35</sup> PRO ECUADOR Instituto de Promoción de EXPORTACIONES E inversiones Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración, *Análisis Sectorial de Turismo*, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, noviembre, 2012, p. 8.

<sup>36</sup> Arq. Roberto Carcelén Ruiz, *La Infraestructura Turística, generadora de oportunidades de desarrollo económico y social*, Colegio de Arquitectos del Perú, exposición en línea <http://cap.org.pe/pdfs/48aniv/16-RCRB.pdf>, fecha de creación: junio de 2010 Lima, fecha de acceso: 20 de noviembre de 2011.

<sup>37</sup> Instituto Nacional de Estadística y Censos, *Censo Nacional Económico 2010*, Unidad de Procesamiento de la Subdirección General del INEC, 2010.

En 2008, los establecimientos dedicados al hospedaje registrados en el Ministerio de Turismo poseían un total de 79 235 habitaciones disponibles para recibir el flujo turístico interno y externo, con capacidad para 168 626 plazas.<sup>38</sup>

El turista cuenta con distintas opciones de alojamiento, clasificadas por el Ministerio de Turismo en los siguientes grupos<sup>39</sup>:

Grupo	Subgrupo	Tipo	Nom	Categoría							
											
Alojamientos hoteleros	Hoteles	Hotel	H	√	√	√	√	√			
		Hotel Residencia	HR		√	√	√	√			
		Hotel Apartamento	HA		√	√	√	√			
	Hostales y Pensiones	Hostal	HS						√	√	√
		Hostal Residencia	HSR						√	√	√
		Pensión	P						√	√	√
	Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas	Hostería	HT						√	√	√
		Motel	M						√	√	√
		Refugio	RF						√	√	√
		Cabañas	C						√	√	√
Alojamientos extrahoteleros	Complejos Vacacionales		CV						√	√	√

<sup>38</sup> Ministerio de Turismo del Ecuador, *Establecimientos registrados en el MINTUR 2008*, documento digital en línea  
[http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ESTABLECIMIENTO\\_REGISTRADOS\\_EN\\_EL\\_MIT\\_2008\(f\).xls](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ESTABLECIMIENTO_REGISTRADOS_EN_EL_MIT_2008(f).xls), fecha de acceso: 21 de noviembre de 2011.

<sup>39</sup> Ministerio del Ambiente del Ecuador, *Reglamento General de Actividades Turísticas Decreto No. 3400*, documento en línea  
[http://www.ambiente.gob.ec/proyectos/userfiles/51/file/turismo/REGLAMENTO\(2\).pdf](http://www.ambiente.gob.ec/proyectos/userfiles/51/file/turismo/REGLAMENTO(2).pdf), fecha de acceso: 21 de noviembre de 2011.



- Hotel apartamento: es un establecimiento hotelero que brinda alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los del comedor. Dispondrá de un mínimo de 30 apartamentos con sus respectivos muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, que los clientes utilizarán sin costo adicional. El hotel apartamento podrá, además, disponer de cafetería.
- Hostal: es un establecimiento hotelero que presta al público servicios de alojamiento y comida. Su capacidad no debe ser mayor de 29 ni menor de 12 habitaciones.
- Pensión: es un establecimiento hotelero que presta al público el servicio de alojamiento y cuya capacidad no debe ser mayor a 11 ni menor a 6 habitaciones.
- Hostería: es todo establecimiento hotelero ubicado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente cerca de las carreteras, dotado de jardines, zonas de recreación y deportes; en él se prestan servicios de alojamiento y alimentación con una capacidad no menor a 6 habitaciones.
- Refugio: está ubicado en las zonas altas de las montañas y es un establecimiento hotelero que presta servicios de alojamiento y alimentación; su capacidad no será menor a 6 piezas, sea como habitaciones individuales – con su correspondiente baño– o bien como dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres.
- Motel: El motel está situado fuera de los núcleos urbanos y, preferentemente, cerca de las carreteras; presta servicios de alojamiento con entradas y parqueaderos independientes desde el exterior, con una capacidad no menor a 6 departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las 24 horas del día.



- Cabaña: Un conjunto de cabañas está situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales; cuenta con servicios de alojamiento y comida. Su capacidad no debe ser menor a 6 edificaciones individuales (cabañas).
- Complejo vacacional: establecimiento extrahotelero ubicado fuera del núcleo urbano, cuyas instalaciones y servicios permiten al cliente disfrutar de sus vacaciones junto a la naturaleza y practicar deportes.
- Campamento de turismo: terreno debidamente delimitado y acondicionado para facilitar la vida al aire libre en el que se instala tiendas de campaña o remolques habitable para pernoctar.
- Apartamentos: establecimientos turísticos que, de modo habitual, presten el servicio de alojamiento con su correspondiente mobiliario, equipo, instalación y servicios, entre los que no se incluye la alimentación.

### **Transporte**

El turismo es una actividad económica con potencial desarrollo; por ello, el Estado ecuatoriano se ha preocupado por aumentar y mejorar la infraestructura del transporte que ofrece el país.

- Aeropuertos: en 2010 se invirtieron 173,4 millones de dólares en 12 proyectos destinados a mejorar la infraestructura aeroportuaria del país. Además, en el Plan Nacional de Modernización del Sistema Aeroportuario se contempló la renovación e implementación de radioayudas, sistemas de telecomunicaciones, equipos meteorológicos convencionales y automáticos, sistemas de vigilancia por radar y por multilateración, sistemas de iluminación de pista y autobombas.

Estas acciones contribuirán a brindar un mejor servicio y, consecuentemente: incrementar el turismo; promocionar la diversidad cultural, étnica, de flora y fauna de la región; mejorar la calidad de vida de sus habitantes e impulsar una conectividad de pasajeros eficiente, moderna y segura, a nivel nacional e internacional.<sup>40</sup>

Ecuador cuenta con aeropuertos distribuidos en casi todo el país. Cuatro de ellos son aeropuertos internacionales y están situados en las principales provincias del Ecuador: Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (Quito), Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo (Guayaquil), Aeropuerto Internacional Cotopaxi (Latacunga) y el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro (Manta).<sup>41</sup> Según el análisis estadístico del Ministerio de Turismo, en el año 2010 el 70,96% de extranjeros que ingresaron al Ecuador lo hicieron por vía aérea.<sup>42</sup> Sin embargo, una vez en el país, el turista tiene la opción de utilizar los vuelos nacionales para movilizarse dentro del Ecuador.

- Puertos Marítimos: en el Ecuador existen cuatro puertos principales: Esmeraldas, Manta, Guayaquil y Puerto Bolívar, además de tres terminales petroleros y seis terminales privados.

Los puertos marítimos son utilizados principalmente para el transporte de carga pesada con fines comerciales; sin embargo, a los puertos de Manta y, en menor número, de Guayaquil llegan cruceros que transportan personas.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> Ministerio de Transporte y obras públicas, *Rendición de Cuentas 2010*, documento digital en línea [http://www.mtop.gob.ec/especiales\\_Rin\\_Cuentas\\_a.php](http://www.mtop.gob.ec/especiales_Rin_Cuentas_a.php), fecha de acceso: 29 de noviembre de 2011.

<sup>41</sup> Unique South America Travel experience, *Aeropuertos de Ecuador*, sitio web en línea <http://www.unique-southamerica-travel-experience.com/aeropuertos-de-ecuador.html>, fecha de acceso: 29 de noviembre de 2011.

<sup>42</sup> Ministerio de Turismo del Ecuador, *Análisis de Turismo Diciembre 2010*, documento digital en línea [http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ANALISIS\\_TURISMO\\_Diciembre.doc](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ANALISIS_TURISMO_Diciembre.doc), fecha de acceso: 29 de noviembre de 2011.

<sup>43</sup> Consulta electrónica al departamento de Comunicación y Relaciones Públicas de la Cámara Marítima del Ecuador.

- Terminales Terrestres: solo el 25,86% de los turistas que ingresan al Ecuador lo hacen por vía terrestre; sin embargo, una vez dentro del país, la movilización por carretera es de las más utilizadas.<sup>44</sup> Por eso, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas ha dispuesto normativas para que los Municipios, con sus propios recursos, construyan terminales terrestres de acuerdo con sus necesidades, número de habitantes y servicios que quieran prestar.<sup>45</sup> Ecuador cuenta con terminales terrestres distribuidas a lo largo y ancho del país para conectar a las 23 provincias continentales entre sí. En 2008, el flujo de extranjeros que ingresaron al país a través de las terminales de Tulcán, Huaquillas, Macará, Lago Agrio e Ibarra fue 1 millón 5 297 personas.<sup>46</sup>
- Transporte Ferroviario: el transporte en tren está orientado principalmente al turismo, sin embargo el plan de restauración de la vía ferroviaria contempla otros usos al tren:
 

El turismo, sector que ha mantenido vivo al ferrocarril, será privilegiado con su recuperación y optimización. Los sectores productivo y comercial también se verán dinamizados. Las posibilidades culturales y educativas se multiplicarán a lo largo y ancho de la ruta.<sup>47</sup>

Actualmente existen ocho rutas turísticas del tren: Avenida de los Volcanes, Machachi Festivo, Camino al Boliche, Páramo Infinito, Nariz del Diablo, Tren de la Libertad, Sendero de Arrozales, Baños del Inca. Además, se proyecta restablecer otras rutas como la de Salinas-Ibarra, que está en

---

<sup>44</sup> Ibídem.

<sup>45</sup> Ministerio de Transporte y obras públicas, *Rendición de Cuentas 2010*, documento digital en línea [http://www.mtop.gob.ec/especiales\\_Rin\\_Cuentas\\_a.php](http://www.mtop.gob.ec/especiales_Rin_Cuentas_a.php), fecha de acceso: 29 de noviembre de 2011.

<sup>46</sup> Ministerio de Turismo del Ecuador, *Turismo Receptor*, documento digital en línea [http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/TURISMO\\_RECEPTOR\(f\).xls](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/TURISMO_RECEPTOR(f).xls), fecha de acceso 29 de noviembre de 2011.

<sup>47</sup> Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural del Ecuador, *La llegada de nuestro ferrocarril: el sueño de la unidad nacional*, Quito, 2008.

construcción, y la recuperación emergente del tramo de 98 km desde Quito a Latacunga.<sup>48</sup>

El tren en Ecuador se considera como el trazado ferroviario más difícil del mundo por tener que cruzar los Andes entre prados y quebradas, esquivar caudalosos ríos y encañonados.

#### **1.2.4 Atractivos y tipologías turísticas**

Los atractivos que Ecuador ofrece al turista son múltiples y variados. Esta característica es atractiva para turistas con distintos tipos de interés. A continuación se enlistará las principales tipologías de turismo que el país ofrece, según la publicación “El Turismo en el Ecuador” de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito.<sup>49</sup>

##### **Turismo activo o de naturaleza**

Ecuador goza de una biodiversidad única en el mundo: 25 000 especies de plantas vasculares, 3 800 especies de vertebrados, 1 550 especies de mamíferos, 350 especies de reptiles, 375 especies de anfibios, 800 especies de peces de agua dulce y 450 especies de peces de agua salada, la mayor concentración de aves del mundo, etc. El hecho de ser un país tan biodiverso lo convierte en un destino perfecto para el ecoturismo.

Para preservar el ecosistema natural de flora y fauna del país, el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado –PANE– está constituido por 40 áreas naturales con una cobertura de 48 077 km<sup>2</sup> de la superficie terrestre del país, 1 164 km<sup>2</sup> de

---

<sup>48</sup> Ferrocarriles del Ecuador, *Rutas y horarios*, sitio web en línea <http://www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec>, fecha de acceso: 29 de noviembre de 2011.

<sup>49</sup> Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito, *El Turismo en Ecuador*, Quito, Marzo 2007, p. 44.

protección marina continental y 47 098 km<sup>2</sup> de mar territorial de resguardo del archipiélago de Galápagos.<sup>50</sup> Las áreas protegidas están clasificadas, según el PANE, en ocho tipos: Reserva Biológica, Reserva Ecológica, Parque Nacional, Reserva Geobotánica, Refugio de Vida Silvestre, Área Nacional de Recreación, Reserva de Producción Faunística y Reserva Marina. El criterio de clasificación de las áreas protegidas se lo hizo conforme el objetivo de manejo.<sup>51</sup>

En la categoría de turismo activo o de naturaleza existen múltiples actividades que se pueden realizar: observación de aves, orquideología, canoísmo, pesca, excursiones y andinismo, por ejemplo.

### **Turismo náutico o de playas**

Ecuador tiene aproximadamente 2 300 km lineales de playas, muchas de ellas se conservan en estado virgen. Para recorrer las playas del país se puede hacer dos rutas famosas: *la Ruta del Sol* –recorrido costanero desde Manta hasta Guayas– y la Ruta de la Concha Spondylus –ruta turística cultural que recorre los caminos comerciales en donde se utilizaba la concha Spondylus como unidad monetaria, en la América precolombina–.

Una de las actividades turísticas más interesantes de algunas playas ecuatorianas es la observación de ballenas: los mamíferos más grandes del mundo recorren grandes distancias hasta llegar a las costas del país, donde la temperatura es más alta y propicia para la etapa reproductiva que inicia con el apareamiento y culmina con el nacimiento de los ballenatos. En casi todas las costas del país, especialmente en Puerto López (provincia de Manabí), se pueden observar

---

<sup>50</sup> M. Aguirre, *Sostenibilidad Financiera de Áreas Naturales protegidas en Ecuador, Situación y Perspectivas*, Flacso 2009.

<sup>51</sup> *Ibíd.*

ballenas, así como otros animales exóticos propios de Galápagos como fragatas, albatros, piqueros de patas azules que reposan en la Isla de la Plata.<sup>52</sup>

Otra de las actividades turísticas propicias para desarrollar en las playas ecuatorianas es la práctica de deportes marítimos. Uno de los más comunes es el *surf*, que requiere las condiciones de oleaje de playas no tan visitadas, como Montañita (Santa Elena) y Canoa (Manabí); en playas más concurridas e idóneas para el turismo masivo, se pueden encontrar diferentes juegos acuáticos populares como: “la banana”, “el monstruo”, “el parapente”, entre otros.<sup>53</sup>

El buceo en Ecuador es una experiencia debido a la fauna marítima que tiene el país; en el Ecuador continental se puede bucear en Salinas (Santa Elena), Ayangue (Santa Elena) y Machalilla (Manabí). En Galápagos, las diversas temperaturas de sus aguas albergan gran cantidad de especies marinas; en casi cada buceo se puede admirar grupos de roncadores, pargos y –con menor regularidad– tortugas, rayas, delfines y tiburones. Rara vez se consigue satisfacer la expectativa de encontrarse con mantarrayas, tiburones ballenas, *wahoos*, atunes punta amarilla, ballenas piloto y jorobadas. Además, se puede practicar el *snorkel*, actividad a través de la que se pueden admirar las piruetas de los lobos marinos y las iguanas.<sup>54</sup>

## **Turismo Cultural**

Ecuador es un país de inmensa riqueza cultural. La diversidad inherente al mestizaje hace del país un lugar con interesantes manifestaciones culturales que

---

<sup>52</sup> Welcome Ecuador, *Observación de Ballenas en Ecuador*, sitio web en línea: <http://www.welcomeecuador.com/observacionballenasecuador.php>, fecha de acceso: 22 de noviembre de 2011.

<sup>53</sup> Quito findyouradventure, *Actividades en el Mar- Ecuador*, sitio web en línea <http://www.quitoadventure.com/aventura-ecuador/actividades-agua-ecuador/index.html>, fecha de acceso 22 de noviembre de 2011

<sup>54</sup> Ecuadive, *Buceo en Ecuador*, sitio web en línea: <http://www.ecuadive.com/ecuadive.html>, fecha de acceso: 22 de noviembre de 2011.

son producto de la simbiosis. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador –CODENPE– señala que en el Ecuador conviven 13 nacionalidades y 14 pueblos indígenas con sus costumbres y tradiciones milenarias, además de mestizos, blancos y afroecuatorianos.<sup>55</sup>

Se pueden encontrar en los museos arqueológicos del Ecuador manifestaciones artísticas de las culturas precolombinas, entre las que destacan: Valdivia, Machalilla y Chorrera.

En el arte de la Escuela Quiteña, propia de la época colonial, “convergen elementos hispanos y nativos para la elaboración de pinturas, esculturas y obras arquitectónicas únicas en América”.<sup>56</sup> En la arquitectura, sobresalen las edificaciones religiosas como iglesias y conventos construidos en los siglos XVI y XVII, cuyas expresiones formal y estructural evidencian la influencia española mezclada con elementos nativos.

En cuanto al arte pictórico moderno y contemporáneo, resaltan artistas ecuatorianos como Oswaldo Guayasamín –pintor que retrató el realismo social–, Gonzalo Endara Crow, Oswaldo Viteri, entre otros. Se puede admirar su obra en los distintos museos del país.

Entre los atractivos ecuatorianos está también la riqueza de los mercados indígenas –como la “Plaza de los Ponchos” en Otavalo, donde se comercializan artesanías–, las ferias y las fiestas populares –entre las que destacan la “Mama Negra” de Latacunga, los “danzantes” de Pujilí y Saquisilí, la “Fiesta del Yamor”

---

<sup>55</sup> Ministerio de Turismo del Ecuador, *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador “Plandetur2020”*, Quito, 2007.

<sup>56</sup> Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito, *El Turismo en Ecuador*, Quito, Marzo 2007, p. 44.

de Otavalo y las Fiestas de Quito—. Todas estas manifestaciones culturales están marcadas por un toque folclórico nativo y tradicional.<sup>57</sup>

### 1.3 El Turismo en Quito

Quito, capital del Ecuador, está ubicada en la Sierra norte del país. Fue declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por ostentar uno de los centros históricos más grande, mejor preservado y menos alterado de toda América.<sup>58</sup> Además, posee una inmensa riqueza y diversidad cultural, lo que hace de Quito un atractivo turístico del país.

Quito tiene una larga historia que se remonta al período preincaico, cuando en sus tierras habitaban los miembros de la nación Quito. Como ciudad nace en el siglo XVI tras la fundación española del 6 de diciembre de 1534.<sup>59</sup>

En este acápite se revisará la situación turística de la ciudad, Quito como Patrimonio de la Humanidad y los principales atractivos que tiene la capital del Ecuador.

#### 1.3.1 Situación del turismo en la ciudad

De enero a septiembre de 2012, 387 627 turistas extranjeros ingresaron a la capital del Ecuador.<sup>60</sup> En 2011, Quito recibió a 487 378 personas, un 0,2% más que las que ingresaron en 2010, que fueron 486 139.<sup>61</sup>

---

<sup>57</sup> Ibídem.

<sup>58</sup> Sitio Oficial de Turismo de la Ciudad de Quito, *Acerca de Quito*, en línea: [http://www.quito.com.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=651&Itemid=592](http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=651&Itemid=592), fecha de acceso: 16 de octubre de 2011.

<sup>59</sup> Sitio Oficial de Turismo de la Ciudad de Quito, *Acerca de Quito*, en línea: [http://www.quito.com.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=20&Itemid=103](http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=103), fecha de acceso: 16 de octubre de 2011.

<sup>60</sup> Hoy.com.ec, periódico digital, en línea: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/turismo-quito-cierra-el-ano-con-un-incremento-del-7-569428.html>, fecha de creación: 20 de diciembre de 2012, fecha de acceso: 5 de marzo de 2013.



La fase de diagnóstico del Plan Estratégico del Turismo de Quito –Plan Q 2012– realizado en 2007 revela que las ciudades más visitadas del país son Quito y Guayaquil.<sup>62</sup> El Plan Q muestra lo que piensa el turista internacional y el turista nacional con respecto a Quito, principalmente aquel que viene por motivos de ocio y recreación. Obtuvo los siguientes resultados:

El turista internacional tiene buena planificación previa del viaje: hace uso de internet y de las oficinas de información para prepararse. Ya en Quito, los dos principales sitios de visita son: el Centro Histórico y la Mariscal. Su recorrido se complementa con visitas a los alrededores de Quito. Es un turista comprador, tanto en centros comerciales como en mercados artesanales. Dice que lo mejor de Quito es el Centro Histórico y la gente, considera lo peor el tráfico y la falta de limpieza; además, cree que Quito es incomparable: solo menciona a Bogotá como potencial competidor. El viajero internacional es un turista satisfecho que va a recomendar la visita a la ciudad.

El turista nacional accede a poca información antes de iniciar el viaje, no frecuenta las oficinas de información turística. Aunque visita menos lugares de la ciudad, los dos lugares más visitados –al igual que el turista internacional– son: el Centro Histórico y la Mariscal. Realiza actividades de compra en centros comerciales y, en menor medida, en mercados artesanales. Valora el clima, la gente y el Centro Histórico; critica el tráfico y la contaminación. Considera a Cuenca y Guayaquil como potenciales competidores y es un turista satisfecho que va a recomendar la visita a Quito.

---

<sup>61</sup> Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, *Llegada de extranjeros a Quito*, sitio web en línea: <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/llegadas-y-salidas-quito-2012>, fecha de acceso: 19 de diciembre de 2011.

<sup>62</sup> CHIAS MarketingSystems SL, *Plan Q 2012 Plan Estratégico de Turismo de Quito*, Barcelona, Buenos Aires, Sao Paulo, 2007, p. 46

Con respecto a las opciones de guiado turístico que tiene el Centro Histórico de Quito están:

- **Guías Turísticos personales:** Son los profesionales del turismo que prestan su servicio de guiado a los visitantes del Centro Histórico de Quito. Para guiar en el Centro es necesario que el guía esté acreditado y licenciado por algún organismo regulador como el Ministerio de Turismo. Dentro de esta categoría están:
  - Guías turísticos de las Agencias de Viajes: guía tradicional, sus honorarios están, generalmente, incluidos en el costo del paquete turístico.
  - Guías metropolitanos del Municipio de Quito: a estos guías están disponibles por una hora y su servicio no tiene costo para el turista.
  - Guías comunitarios: en el Centro Histórico, en el barrio de San Roque hay una iniciativa de guianza en la que son los moradores del barrio los que hacen de guías turísticos; la experiencia es más vivencial, el proyecto se denomina Guardianes del Patrimonio.<sup>63</sup>
  - Guianza teatralizada: desde 2009 se ha desarrollado un proyecto llamado Quito Eterno<sup>64</sup> en el que el guía turístico representa un personaje histórico de la ciudad. Muestra, desde su perspectiva, el contexto histórico de los sitios que el turista visita.
  - Quito Bus Tour: un guía turístico guía el recorrido mientras que los viajeros están en un cómodo bus observando la ciudad.

---

<sup>63</sup> *Guardianes del Patrimonio* es un proyecto comunitario de Gescultura en el que los vecinos del tradicional barrio de San Roque son los que guían al turista por su vecindario y cuentan las experiencias de vivir allí. Ver más en el Anexo 2.

<sup>64</sup> *Quito Eterno*, guianza turística teatralizada, es protagonizada por un actor profesional que hace el papel de un personaje histórico o de oficio. Ver más en el Anexo 3.

- **Guías impresas:** En los puntos de información turística del Centro de Quito el viajero tiene a disposición mapas y folletos informativos de la ciudad de Quito que pueden funcionar como una especie de guía turística.
- **Internet:** el turista puede encontrar en internet información y mapas de la ciudad de Quito que pueden servir para orientar al turista. Sin asegurar su inexistencia, se puede decir que no hay una propuesta tecnológica formal de guía turística ya sea en formato de audio, video o en aplicación de teléfono inteligente.

### 1.3.2 Quito, Patrimonio de la Humanidad

Quito fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1978, año en que se hizo la primera selección de sitios naturales, monumentos históricos y ciudades que deberían conservarse en la memoria de la humanidad.<sup>65</sup> Quito ostenta este título, igual que otras ciudades del mundo como Sucre, Potosí, Valparaíso, Toledo, Santiago de Compostela, La Habana, Verona, Cusco, Edimburgo y el Vaticano. Entre los argumentos esgrimidos para la declaratoria de la UNESCO, se dijo que: “Quito forma un ensamble armonioso *sui generis*, donde las acciones del hombre y de la naturaleza se han juntado para crear una obra única y trascendental en su clase”.<sup>66</sup>

<sup>65</sup> UNESCO, *Reporte final de la Segunda Sesión del Comité Intergubernamental para la Protección del Patrimonio Cultural y Natural del Mundo*, en línea: <http://whc.unesco.org/archive/1978/cc-78-conf010-10reve.pdf>, 5-8 de septiembre de 1978, fecha de acceso: 21 de junio de 2011.

<sup>66</sup> International Council on Monuments and Sites (ICOMOS), *Informe técnico para el Comité de Patrimonio Mundial de la UNESCO*, en línea [http://whc.unesco.org/archive/advisory\\_body\\_evaluation/002.pdf](http://whc.unesco.org/archive/advisory_body_evaluation/002.pdf), acceso: 21 de junio de 2011.

La capital de los ecuatorianos se ubica a 2 800 metros sobre el nivel del mar, en las faldas del volcán Pichincha, en la región interandina del territorio continental ecuatoriano. La posición geográfica ecuatorial, que determinaría un clima cálido y húmedo, se atenúa por la altitud y la presencia montañosa. Por eso, Quito tiene un constante clima primaveral.

Quito tiene el centro histórico más grande y mejor restaurado de América Latina, cuyo origen data de mediados del siglo XVI y cuya arquitectura se caracteriza por el sincretismo cultural y formal entre la influencia hispánica y la americana. Las iglesias, conventos, templos y plazas tienen sus antecedentes en Europa, pero se adaptaron a la topografía propia, a los materiales vernáculos y a los métodos constructivos locales.

### **1.3.3 Atractivos turísticos de la ciudad**

Quito es una ciudad colorida, de clima variable, muy diversa y multicultural en la cual se puede realizar muchas actividades, sobre todo culturales. Por ello, en 2011 se declaró a Quito como Capital Americana de la Cultura por una institución acreditada a la Organización de Estados Americanos, creada para “promover la integración interamericana desde el ámbito cultural y contribuir a un mejor conocimiento entre los pueblos del continente americano, respetando su diversidad nacional y regional”.<sup>67</sup>

Hay varios sectores geográficamente delimitados que constituyen, por la amplia variedad y número de atractivos turísticos, particularmente relevantes en Quito: tal es el caso del Centro Histórico de la ciudad y el barrio de La Mariscal.

---

<sup>67</sup>Quito Distrito Metropolitano, *Quito capital americana de la cultura 2011*, en línea <http://www.quito.gov.ec/la-ciudad/quitocapital.html>, fecha de acceso: 17 de octubre de 2011.

Adicionalmente, hay puntos aislados que pueden tener alto interés para el turismo, los cuales se pueden clasificar según el tipo de actividad que ofrecen: galerías, museos y escenarios artísticos; miradores y alrededores de la ciudad; mercados y centros comerciales.

### **Centro Histórico de Quito**

El Centro Histórico de Quito tiene una extensión de 320 hectáreas en las que se sitúan innumerables iglesias, capillas, monasterios, conventos, plazas, plazoletas, edificaciones civiles y una interesante arquitectura colonial.

Un recorrido por el Centro Histórico de Quito contempla la visita a barrios y calles tradicionales, monumentos históricos y plazas legendarias.

### **Barrios típicos**

Entre los barrios más tradicionales de la ciudad cabe mencionar a San Marcos, el barrio más antiguo de Quito. San Marcos aún conserva sus antiguas casas, algunas reestructuradas, que muestran la riqueza arquitectónica colonial y republicana. Otro barrio destacado es la Loma Grande, que alberga la legendaria Mama Cuchara, denominada así porque su forma se asemeja a una gran cuchara de palo. La Mama Cuchara es un espacio colonial típico donde se pueden apreciar casas con amplios patios interiores y tejados clásicos quiteños. Otros típicos barrios de la urbe son La Floresta, La Tola, Guápulo, La Recoleta, San Juan, cada uno con sus encantos históricos y atractivos para el turista.

## **Calles tradicionales**

“Ronda” es el nombre que se le da al camino que circunda a una ciudad o a la parte antigua de una urbe. La tradicional calle quiteña de La Ronda tiene la misma característica de estrechez que las rondas españolas y constituye una de las rutas más importantes para el turismo peatonal en Quito. Poetas y bohemios de la ciudad hicieron de este sector su centro de expresión artística: afamados poetas, escritores y cantautores vivieron en esa calle en la primera mitad del siglo pasado. Hoy en día, La Ronda es el escenario de múltiples manifestaciones artísticas y culturales, incluida la gastronomía típica y las artesanías populares. Otra calle digna de visitar es la García Moreno, que atraviesa de norte a sur el Centro Histórico de Quito y se conoce tradicionalmente como “de las Siete Cruces”, por la presencia de las principales iglesias, conventos y claustros. Los estudiosos dicen que era un antiguo camino indígena que unía dos templos: el de la Luna en San Juan y el del Sol en el Panecillo. La nomenclatura tradicional de las calles de la ciudad antigua contemplaba términos pintorescos y descriptivos: la calle Angosta (Benalcázar), de los Agachados (Bolívar), de las Escribanías (Chile), de la Amargura (Chimborazo), de los Enamorados (Espejo), de la Soledad (Esmeraldas), de las Herrerías (Flores), de las Cuatro Esquinas (Guayaquil), de la Sábana Santa (Oriente), del Algodón (Sucre), Cuesta del Suspiro (Olmedo), entre otras.

## **Monumentos históricos**

Múltiples edificaciones civiles, religiosas y hasta escultóricas son representativas de casi seiscientos años de la historia de Quito a partir de su fundación española. Una de las más importantes es el cementerio de San Diego, que acoge

importantes mausoleos de diversos estilos arquitectónicos, diseñados por destacados arquitectos quiteños y extranjeros. Entre las tumbas del campo santo están las de Presidentes de la República, poetas, escritores, políticos y militares sobresalientes del Ecuador.

El Centro de Arte Contemporáneo, llamado “El Bicentenario” debido a que su inauguración conmemoró los 200 años del Primer Grito de Independencia, fue originalmente el Hospital Militar. Este complejo arquitectónico tiene una tipología lineal única, que se adoptó por primera vez en la ciudad a inicios del siglo XX. El recinto ha sido modificado para erigirse como un escenario para lo artístico y cultural.

La monumento a la Virgen del Panecillo, elaborada en 1976 por el artista español Agustín de la Herrán Matorras, es una estatua metálica basada en una pequeña escultura, original de Bernardo de Legarda, que se encuentra en el altar principal de la iglesia de San Francisco. La Virgen del Panecillo es considerada la mayor representación escultórica de aluminio del mundo.

Particular importancia tienen las edificaciones religiosas del Centro Histórico de la ciudad, representativas de innumerables estilos arquitectónicos que van desde el románico hasta el neogótico, pasando por el estilo barroco. Joyas históricas como la iglesia de la Compañía de Jesús, la Catedral Metropolitana, la iglesia y convento de San Francisco, la Basílica del Voto Nacional, la iglesia de Guápulo son monumentos históricos de alto valor cultural para la Humanidad.

### **Plazas públicas**

Muchos sitios abiertos a la concentración pública de la población guardan la memoria histórica de la capital. Entre las más destacadas está la Plaza de la

Independencia, tradicionalmente conocida como la Plaza Grande, que constituía el centro de las actividades y reuniones quiteñas desde el siglo XVI. Rodeada de las edificaciones que son sede del gobierno nacional, ciudadano y eclesiástico – la Catedral, el Palacio Presidencial, el Palacio Arzobispal y el Palacio Municipal–, ha sido testigo de las crónicas de Quito y del Ecuador. En medio de la plaza se encuentra el Monumento a la Independencia, inaugurado en 1909 en conmemoración de los 100 años del Primer Grito de Independencia.

La plaza de San Francisco es una de las más grandes de Quito; en ella se levanta la iglesia y el convento de los franciscanos y es uno de los complejos arquitectónicos más grandes de América. Históricamente, era el centro simbólico y comercial de la antigua ciudad precolombina.

En la plaza de Santo Domingo se ubica el complejo que ha sido sede de los dominicos desde la Colonia hasta la actualidad. En el corazón de la plaza se encuentra la estatua de Antonio José de Sucre, héroe de la Independencia.<sup>68</sup>

La Mariscal antes del siglo XIX el sector de la Mariscal estaba fuera del límite urbano norte, Quito se extendía hasta el parque de El Ejido. En aquella época, las familias adineradas vivían en el centro de la ciudad, pero el crecimiento demográfico obligó a los pobladores a buscar nuevos sitios donde construir sus residencias. Así, a finales del siglo XIX la pudiente familia Jijón construye la primera villa en las tierras que habían adquirido de la comunidad indígena de Santa Clara de San Millán. La propiedad de Manuel Jijón Larrea inaugurada en 1893 como el “Palacio de la Circasiana” dio pie para que otras familias piensen en la zona como posible lugar para establecer su residencia y alejarse del desvalorizado Centro de Quito. Para la década de 1910 el sector tomó el nombre

---

<sup>68</sup> Sitio Oficial de Turismo de la Ciudad de Quito, *El Centro Histórico*, en línea: [http://www.quito.com.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=6&Itemid=123](http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=6&Itemid=123), fecha de acceso: 17 de octubre de 2011.



de “Mariscal Sucre” y se encontraba lleno de mansiones y palacetes de las familias más pudientes de Quito: se estableció como un sector puramente residencial hasta 1914, cuando el tranvía eléctrico trajo consigo los primeros negocios. La primera ruta conectaba la estación ferroviaria de Chimbacalle con el cementerio de San Diego. Una segunda ruta operaba entre Chimbacalle y la avenida Colón donde, a pesar de estar en las afueras de la ciudad, ya estaban levantadas la Circasiana y otras edificaciones residenciales representativas.<sup>69</sup>

El paso del tranvía trajo consigo la proliferación de pequeños negocios, regularmente administrados por las dueñas de las viviendas. Hacia la década de 1940, el sector de la Mariscal se caracterizaba por sus dos roles: residencial y comercial. En los cincuenta, aparecieron espaciosa residencias entre las avenidas Patria y Colón. En 1957 se abre en la avenida Amazonas el primer supermercado de autoservicio del país: La Favorita y, con él, el sector crece comercialmente; se establecen en la zona los bancos, hoteles, embajadas y consulados más importantes. En los años setenta, con el *boom* petrolero, el sector crece verticalmente; se edifican altos rascacielos y se densifica el espacio de la Mariscal, prolifera la aparición de negocios relacionados con el turismo y se transforma el barrio en la Mariscal, tal como se le conoce ahora. A fines de la década de los setenta, la gente deja el sector para buscar nuevos sitios residenciales donde vivir, sobre todo al norte de la urbe.<sup>70</sup>

Hoy en día, la Mariscal es el barrio del entretenimiento, especialmente nocturno, en el que existen innumerables posibilidades de consumo, comercio, gastronomía y diversión. “El ambiente cosmopolita se expresa en su inmenso

---

<sup>69</sup> Allen Morrison, *Los tranvías de Quito, Ecuador*, en línea: <http://www.tramz.com/ec/q/qs.html>, fecha de acceso: 18 de enero de 2012.

<sup>70</sup> Evelia Peralta y Rolando Moya, *Quito: Patrimonio Cultural de la Humanidad*, Ministerio de Relaciones Exteriores de la República del Ecuador, 2002, p. 115.

abanico de opciones culinarias y artísticas, en el intercambio de experiencias culturales y en la amplia gama de hoteles y hostales, agencias de viajes, escuelas de idiomas y de bailes latinos, tiendas de artesanías, de objetos y ropa de diseño”.<sup>71</sup> Actualmente, la zona está ubicada entre las avenidas Patria –al sur–, Orellana –al norte–, Seis de Diciembre –al oriente– y Diez de Agosto–al occidente–.<sup>72</sup>

### **Galerías, museos y escenarios artísticos**

Quito ofrece variados atractivos turísticos para quien prefiere el arte, tanto de épocas pasadas como contemporáneo.

#### **Museos arqueológicos y ‘de sitio’**

Casa del Alabado: Este museo de arte precolombino, ubicado en una casona del casco antiguo de la ciudad, expone objetos arqueológicos de las antiguas culturas que habitaron en Ecuador. Vale la pena, además, observar el trabajo de restauración arquitectónica que se hizo en el museo.

Museo de Sitio de Tulipe: Ubicado a 70 km de Quito, este museo de sitio permite acercarse a los vestigios arqueológicos del extraordinario pueblo Yumbo –término usado en la Colonia para llamar a los indios provenientes de la zona subtropical y tropical ubicada al oriente y occidente de Quito–.

Museo del Banco Central del Ecuador: Este museo posee una extraordinaria muestra de máscaras de oro del antiguo imperio Inca. Además, la sala de arqueología tiene objetos desde la era pre cerámica hasta la era Inca.

---

<sup>71</sup>Sitio Oficial de Turismo de la Ciudad de Quito, *La Mariscal, Historia*, en línea: [http://www.quito.com.ec/index.php?page=shop.browse&category\\_id=130&option=com\\_virtuemart&Itemid=563&vmcchk=1&Itemid=563](http://www.quito.com.ec/index.php?page=shop.browse&category_id=130&option=com_virtuemart&Itemid=563&vmcchk=1&Itemid=563), fecha de acceso: 17 de octubre de 2011.

<sup>72</sup>Ibidem.

Museo de Sitio La Florida: En este museo se puede observar tumbas halladas a 15 m de profundidad, que revelan interesantes datos de la gente que habitaba en los valles de Quito antes de la llegada de los españoles e –incluso– antes de la llegada Inca.

Parque arqueológico y ecológico Rumipamba: En este sitio se pueden encontrar vestigios correspondientes a diversos períodos arqueológicos muy tempranos como el período Formativo Tardío, el de Desarrollo Regional y el de Integración.

Museo Weilbauer: Ubicado en el Centro Cultural la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en las avenidas Doce de Octubre y Patria, el museo tiene valiosas y numerosas piezas de los períodos Paleoindio, Formativo, Desarrollo Regional, Integración y Ruptura de culturas como: Valdivia, Chorrera, Jama Coaque, la Tolita, entre otras.

### **Museos históricos**

Museo de Arte Colonial: Ubicado en las calles Cuenca y Mejía, este museo es un ícono en la historia ecuatoriana. Alberga obras pictóricas y escultóricas de trascendental importancia que datan de la época colonial, además de mobiliario de ese período histórico. Su colección data de los siglos XVI, XVII, XVIII y principios del siglo XIX.

Museo de la Ciudad: Está ubicado en el edificio restaurado del antiguo hospital San Juan de Dios, la construcción civil más antigua de Quito. El Museo de la Ciudad ofrece una exposición permanente sobre los procesos socio-históricos de Quito y su zona de influencia geográfica y cultural. Tiene cinco salas permanentes de exposición y espacios para exposiciones itinerantes y

presentaciones artísticas. El propio edificio tiene su historia y un espacio dedicado a ella.

Museo de instrumentos musicales Pedro Pablo Travesari: Se encuentra en la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Tiene una colección de 540 instrumentos musicales que datan desde la época precolombina hasta el siglo XIX y provienen de los continentes americano, asiático, europeo y africano.

### **Galerías de Arte Contemporáneo:**

Museo Capilla del Hombre y Museo Guayasamín: Oswaldo Guayasamín fue un destacado pintor indigenista ecuatoriano que representó, a través de su arte, la miseria y el dolor de la humanidad en general y del indígena latinoamericano, en particular. Dedicó sus últimos años a construir un complejo arquitectónico que rinde tributo al ser humano universal: la Capilla del Hombre. En el interior de la capilla, Guayasamín pintó un mural que ilustra la historia del hombre latinoamericano. La obra pictórica de Guayasamín también tiene su espacio en el Museo del mismo nombre, que recoge la producción del artista a lo largo de tres edades: la lucha, la ternura, la ira. En el museo también se puede apreciar objetos arqueológicos precolombinos y de la época colonial.

Museo de acuarela y dibujo Muñoz Mariño: Ubicado en el tradicional barrio de San Marcos, este museo se ha convertido en un centro de actividades culturales, además de exponer la prolífica obra de Oswaldo Muñoz Mariño, acuarelista que ha pintado los principales barrios tradicionales de Quito. En este espacio también se ofrecen cursos y talleres de dibujo y acuarela.

## **Museos Temáticos**

Yaku, Museo del Agua: *Yakues* una palabra quichua que significa ‘agua’. Este museo se encuentra en el barrio El Placer y ocupa las instalaciones de un antiguo reservorio de agua para la ciudad en las laderas del Pichincha, por lo que constituye también un sitio de observación panorámica de la ciudad. El Museo del Agua es un lugar adecuado para la participación e interactividad de los visitantes, particularmente niños y jóvenes, dedicado al agua como tema central. Se recrean los procesos de purificación y potabilización del agua, los fenómenos climatológicos asociados con su ciclo natural, juegos y experimentos relacionados con el tema, entre otras actividades.

MIC Museo Interactivo de Ciencia: Funciona en el edificio de una antigua fábrica textil en Chimbacalle y es un centro interactivo de aprendizaje donde los visitantes son los protagonistas. La propuesta del museo es ‘jugar y aprender’.

## **Conciertos, presentaciones artísticas y culturales**

Quito tiene espacios especialmente destinados a las artes escénicas y a las presentaciones culturales. Los principales son:

Teatro Nacional Sucre: Con una majestuosa edificación neoclásica creada por el arquitecto alemán Francisco Schmidt a fines del siglo XIX, el Teatro Nacional Sucre se constituyó con el propósito de producir, promover y difundir las artes escénicas en el país. Actualmente se presentan espectáculos escénicos y musicales de mucho prestigio. El escenario arquitectónico es una joya digna de conocer.

Teatro Bolívar: ubicado en el pasaje Espejo, en el Centro Histórico, el Teatro Bolívar se convirtió en un referente social y cultural entre 1933 y 1970. Su diseño arquitectónico e interior inspiraba la fantasía y abstraía a la gente del

mundo exterior. El teatro tenía una capacidad de 2.400 espectadores. En 1999, un incendio destruyó el 70% de la edificación. Desde entonces, el teatro está en un proceso de restauración que, aunque no ha terminado todavía, ya permite ofrecer espectáculos artísticos con cierta regularidad.

Centro Cultural Metropolitano: Ubicado en el Centro Histórico de Quito, este complejo cultural ofrece una variedad de espacios para la realización de eventos artísticos, exposiciones, muestras, etc.

Casa de la Cultura Ecuatoriana: Es un conjunto de edificios ubicado en las cercanías del sector de la Mariscal, cerca del parque de El Ejido. Esta institución cultural ofrece diferentes posibilidades de entretenimiento cultural: museos, teatros y salas adecuadas a diversas actividades artísticas. En la Sala Demetrio Aguilera Malta, por ejemplo, se presentan espectáculos escénicos como la del Ballet Folclórico Nacional Jacchigua, de alto atractivo turístico. La sala de cine Alfredo Pareja Diezcanseco ofrece exhibiciones de cine independiente latinoamericano e internacional. Teatros, aulas, museos y salas especializadas forman parte de la oferta cultural para los turistas.

Casa de la Música: Ubicada en el sector de la avenida Mariana de Jesús, la Casa de la Música tiene un moderno e impactante diseño arquitectónico, idóneo para la presentación de orquestas y sinfónicas. En este escenario se presenta una gran variedad de recitales, conciertos y presentaciones musicales a lo largo de todo el año.

Patio de Comedias: Se ubica en el barrio de La Mariscal. Aunque no ha sido edificado para el efecto, en él se desarrollan presentaciones teatrales y escénicas durante todo el año.

## **Miradores y alrededores de la ciudad**

### **Miradores**

Vale la pena admirar a Quito desde lo alto, pues se ubica en medio de montañas, razón por la cual se dice que está en el corazón de la Avenida de los Volcanes.

Los más importantes miradores de la ciudad son:

La Cima de la Libertad: Allí tuvo lugar la célebre Batalla del Pichincha en 1822.

La Cima de la Libertad es un mirador que está ubicado a 3000 metros de altitud, en las faldas del Pichincha, en el lado occidental de la ciudad, a la altura del Centro Histórico. Desde ahí se puede divisar la topografía accidentada de Quito, identificar las torres de las iglesias del Centro Histórico, contemplar el Panecillo con su monumental Virgen Alada y, a lo lejos, la arquitectura contemporánea del norte de la urbe. En ese lugar, además, se ha edificado el Templo de la Patria, un museo militar que contiene objetos relacionados con la Batalla del Pichincha del 24 de mayo de 1822. Se divide en cinco salas, dedicadas a diferentes episodios y temas relacionados con la milicia y la independencia del país. En ellas hay, desde armas y uniformes, hasta murales artísticos conmemorativos de personajes importantes de la libertad de la nación, como Abdón Calderón, Antonio José de Sucre y Simón Bolívar.

El Panecillo: Es una elevación ubicada en el extremo sur del Centro Histórico de Quito: marca el límite entre el centro y el sur de la ciudad y ofrece una vista panorámica de los dos lados. El nombre “Yavirac” original de los tiempos prehispánicos fue cambiado por el de ‘Panecillo’ por los españoles de principios del siglo XVI; las antiguas culturas usaban la colina como espacio ritual. En su

cima se levanta el monumento conocido como “La Virgen de Quito”, una escultura que ya se describió anteriormente en esta disertación.

El Itchimbia: La formación topográfica y ubicación del Itchimbia lo convierten en un balcón de la ciudad. Las Organizaciones Panamericana y Mundial de la Salud declararon en 2005 al Itchimbia como el primer parque saludable del país por considerarlo el pulmón del Centro Histórico de Quito, por los proyectos que se llevan a cabo en el Itchimbia y por haberse transformado en un parque y centro cultural, a pesar de haber sido un botadero hace pocos años. Desde este lugar se tiene una vista panorámica de 360° del Centro Histórico, del sur y del norte de Quito.

El Teleférico: Al mirador Cruz Loma se llega de muchas maneras, pero la más cómoda es el teleférico, inaugurado en 2005, cuyo recorrido en cabina dura 10 minutos desde la estación de abordaje ubicada al occidente de la avenida Antonio José de Sucre. Tanto en la estación de abordaje como en la de llegada del teleférico, se puede encontrar pequeñas tiendas de artesanías, cafeterías y restaurantes con variadas opciones gastronómicas. Otra de las atracciones del conjunto arquitectónico del Teleférico es el Vulcano Park, primer parque de diversiones no itinerante de Quito.

Parque Metropolitano Guanguiltagua: Con una extensión de 557 hectáreas, es el principal pulmón de la ciudad de Quito. Desde ahí se puede divisar, por un lado, el valle de Tumbaco y, por el otro, la parte norte de la ciudad. Está ubicado al nororiente del Quito moderno y ofrece la posibilidad de practicar deportes al aire libre, rutas para caminatas, espacios para campamentos o parrilladas y, dado el entorno natural de algunos sectores del parque, como la quebrada de Ashintaco, se puede observar una interesante diversidad de aves, particularmente colibríes.



Guápulo: el mirador de Guápulo ofrece una bella vista panorámica del valle de Tumbaco y de los principales volcanes del flanco oriental de la ciudad, cuando hay buen tiempo. El santuario se edificó en honor a la virgen de Guadalupe en el siglo XVII, a orillas del camino de la expedición que Pizarro emprendió en 1542 hacia el Oriente y que terminó con el descubrimiento del río Amazonas. Hoy en día, Guápulo es un barrio relacionado con la vida bohemia y artística de la ciudad.

### **Alrededores de la ciudad, pueblos valles y sitios de entretenimiento al aire libre**

Cumbayá: Es un pueblo ubicado al Oriente de la ciudad, en el valle de Tumbaco. Se ha convertido en las últimas décadas, en un sector residencial, en el que también se ofrece al turista una mezcla de restaurantes internacionales, tiendas interesantes y novedosas, bares, librerías y cines con un contraste campestre y un clima más cálido que el de Quito. Además de acogedores refugios para nadar, pasear o descansar, cerca de Cumbayá se encuentra *El Chaquiñán* –camino de a pie, en quichua– donde los deportistas ciclean o caminan a lo largo de la antigua vía del tren entre Cumbayá y Puembo, una población ubicada hacia el interior del valle.

Los Chillos: Ubicado en las afueras de Quito, el valle de los Chillos se ha convertido en un sector residencial, donde se puede disfrutar de la tranquilidad junto con un clima cálido húmedo. Múltiples opciones gastronómicas y comerciales se ofrecen para el turista local o internacional.

Guayllabamba: Ubicado a 30 minutos de Quito en el valle del mismo nombre, ofrece una variedad de delicias gastronómicas nacionales, particularmente el

famoso “locro”, una sopa basada en papas que se acompaña con queso, aguacate y puede complementarse con cuero de chanco o sangre coagulada de res. Otro atractivo importante es el zoológico, con la colección de fauna nativa más grande del país abierta al público: aproximadamente 45 especies, algunas de ellas en peligro de extinción. Su clima cálido seco y las especies de aves que se pueden observar, complementan la oferta turística del lugar.

## **Mercados y Centros Comerciales**

### **Centros Artesanales**

Uno de los intereses turísticos de la ciudad de Quito es el comercial. La ciudad ofrece múltiples alternativas para adquirir bienes de uso personal, alimentos típicos, *souvenirs* y artesanías típicas. Los mercados populares brindan un amplio repertorio de alimentos naturales o preparados: frutas, comida típica, bebidas, dulces y postres. También se puede encontrar mercados de comercialización de artesanías, en los que los propios productores se han reunido para vender sus obras.

La Tienda del Quinde: ubicada en el Centro Histórico, además de ofrecer servicios de información turística y de guía profesional, también ofrece objetos artesanales y folclóricos.

El Mercado Artesanal de El Ejido: localizado al sur de la zona turística de la Mariscal, es un lugar ideal para ir en busca de artesanías, manualidades y arte, sobre todo pintura. Otro tipo de artesanía típica son los textiles indígenas, provenientes de la región interandina, particularmente de la provincia de Imbabura: prendas de vestir, hamacas, tapices y tejidos ornamentales.

En cuanto a Centros Comerciales, como en todas las metrópolis importantes, están regados a lo largo y ancho de Quito. En ellos se puede encontrar tiendas que ofrecen variados productos importados o nacionales. Entre los principales están: Quicentro Shopping (al norte y al sur de la ciudad), Centro Comercial Iñaquito, Mall El Jardín, Ciudad Comercial El Bosque, Centro Comercial El Recreo.

## CAPÍTULO 2: NUEVAS TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS

### 2.1 Las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información

La acelerada evolución de la ciencia y de la tecnología está asociada, en los últimos 100 años, con los acontecimientos bélicos suscitados: la Primera Guerra Mundial, con la producción masiva de vestimenta, alimentos, armas, etc.; la Segunda Guerra Mundial, con el progreso tecnológico en armamento. La Guerra Fría, surgida a partir de la Segunda Guerra Mundial, dividió al mundo en dos bloques beligerantes: OTAN vs. Pacto Varsovia liderados por la URSS Y los Estados Unidos, los cuales libraban una constante batalla por la supremacía tecnológica para vencer a su adversario. A partir de entonces, se han producido múltiples avances tecnológicos importantes, entre los cuales destacan el Internet y las tecnologías de la comunicación e información.<sup>73</sup>

Las tecnologías de información y comunicación son el punto de partida de toda una nueva concepción social denominada “sociedad de la información” definida así, según Francisco Javier Tejedor:

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), entendidas como el conjunto convergente de tecnologías de la microelectrónica, la informática (máquinas y software), las telecomunicaciones y la optoelectrónica, están produciendo una auténtica revolución en toda la vida del ser humano, una revolución que se enmarca en un conjunto más amplio de cambios en nuestra sociedad y se concreta en una denominación: la sociedad de la información.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Lic. María Cecilia Acosta, *Tecnología y Nuevas Tecnologías de Comunicación: Reflexiones desde una perspectiva histórica*, Latin Educa2004.com Primer Congreso virtual latinoamericano de educación a distancia, en línea [http://www.ateneonline.net/datos/92\\_03\\_Acosta.pdf](http://www.ateneonline.net/datos/92_03_Acosta.pdf), fecha de creación: marzo 2004, fecha de acceso: 15 de noviembre de 2011.

<sup>74</sup> Francisco Javier Tejedor Tejedor, *Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y la investigación educativa*, Universidad de Salamanca, artículo en línea: [http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/06/06-articulos/monografico/pdf\\_6/tejedor.pdf](http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/06/06-articulos/monografico/pdf_6/tejedor.pdf), fecha de acceso: 15 de noviembre de 2011.

El eje tecnológico de esta revolución social es, sin lugar a dudas, el Internet. Implementado como una red de redes, relativamente descentralizada y distribuida, en sus orígenes tuvo un interés militar. Pero cuando la herramienta se liberó para su uso público, particularmente académico, surgieron nuevas maneras de utilizarla. De entre ellas, la invención de Tim Berners-Lee conocida como World Wide Web (www) es la que dio origen, en 1989, al concepto de la red o telaraña global. El internet se había convertido en el mayor almacén de datos que jamás hubiese existido, pero también el más caótico debido a la abundancia informativa. La infinidad de formatos incompatibles, programas distintos y protocolos heterogéneos imposibilitaba la navegación, se necesitaba simplificar y homogeneizar el acceso a la información. La World Wide Web se convierte en “la integración de una variedad de sistemas de un modo que permita a los usuarios seguir conexiones que apuntan de un elemento de información a otro”.<sup>75</sup>

En 1989, Tim Berners-Lee creó la primera versión del HTML o *Hypertext Markup Language* (Lenguaje de Marcas de Hipertextos) que permitía caracterizar a los textos, tanto formal como funcionalmente, e incluir enlaces de unos documentos hacia otros; además se podía integrar texto con imágenes y hacer los documentos visualmente más atractivos. También creó el primer programa cliente (*browser* o navegador), un editor World Wide Web y el primer software para servidor World Wide Web: HTTPd. La idea se originó como una manera de compartir información entre la comunidad científica; más tarde se extendería hacia todo el público.<sup>76</sup>

En marzo de 1991 Tim Berners-Lee creó el primer navegador que funcionaba con línea de comandos; aunque era muy lento en comparación con la velocidad de los

---

<sup>75</sup> Jordi Adell, Carles Bellver, *La Internet como telaraña: el World Wide Web*, Universitat Jaume I. Castelló, artículo en línea: <http://www.uv.es/~biblios/mei3/Web022.html>, fecha de acceso: 20 de febrero de 2012.

<sup>76</sup> María Jesús Lamarca Lapuente, *Historia de la WWW*, artículo en línea: [http://www.hipertexto.info/documentos/h\\_www.htm](http://www.hipertexto.info/documentos/h_www.htm), fecha de acceso: 27 de febrero de 2012.

buscadores actuales, lo introdujo como herramienta entre sus compañeros del CERN, Consejo Europeo para la Investigación Nuclear; de ahí, se expandió al público y el desarrollo de los navegadores estuvo vinculado al desarrollo de la propia Web.

La Web, sin embargo, se volvió realmente popular con el navegador NCSA Mosaic que era un navegador gráfico, cuya versión 1.0 fue lanzada en 1993 por Marc Andreessen, fundador de Netscape Communications.

En 1995 Netscape lanzó *Navigator*, que se volvió muy popular hasta que Microsoft entró al mercado con *Internet Explorer*; esto marcó el comienzo de la guerra de los *browsers* entre Microsoft y Netscape. La disputa terminó en 1998 cuando la derrota de Netscape fue evidente, pues Microsoft había vinculado su navegador al sistema operativo Windows.<sup>77</sup> Desde entonces han salido otros navegadores: en la actualidad los más populares son Chrome de Google, Mozilla Firefox, Internet Explorer de Microsoft, Safari de Apple y Opera. Según estadísticas de W3 Schools, en el mes de febrero de 2012, el uso porcentual de los navegadores en el mundo fue el siguiente: Firefox (36,6%), Chrome (36,3%), Internet Explorer (19,5%), Safari (4,5%), Opera (2,3%).<sup>78</sup>

La web, tal como se planteó en sus orígenes, ha sufrido una evolución a lo largo del tiempo. En una primera etapa, conocida como web 1.0, la producción de contenidos estaba sujeta al conocimiento técnico de uno o varios lenguajes informáticos. Si un emisor quería publicar en la Web, requería un conocimiento técnico no muy popular o un mediador tecnológico capaz de convertir el contenido en información legible para los navegadores y subir ese contenido a un servidor. Además, debía

---

<sup>77</sup> Informática Hoy, *Historia de los navegadores*, artículo en línea <http://www.informatica-hoy.com.ar/historia-de-la-computadora/Navegadores-de-Internet.php>, fecha de acceso: 27 de febrero de 2012.

<sup>78</sup> W3Schools.Com, Browser Statistics, en línea: [http://www.w3schools.com/browsers/browsers\\_stats.asp](http://www.w3schools.com/browsers/browsers_stats.asp), fecha de acceso: 13 de marzo de 2012.

asumir los costos de dominio, alojamiento y demás servicios asociados con la publicación y mantenimiento. Por su parte, el receptor era un simple consumidor de contenido, pues no podía interactuar con la información que obtenía: estaba limitado a lo que el creador de las páginas web publicaba. Tampoco era posible una interacción con el emisor –excepto por el uso esporádico de formularios– y mucho menos, con otros receptores de esa información.

A partir del final de la década de los 90, empiezan a surgir herramientas tecnológicas para la publicación de contenido por parte de usuarios no especializados. Entre las herramientas más utilizadas están: el *webmail*, el *blogging*, la mensajería instantánea y las redes sociales.

El *webmail* es un servicio que provee una interfaz web para acceder al correo electrónico. Antes de su existencia, el usuario estaba sujeto a la conexión al servidor web dentro de una red local: institucional, académica, empresarial. Fuera de ese entorno local, no existía acceso. Era, además, necesario instalar un programa de gestión de correo en el computador. A través del *webmail*, el usuario accede al servidor remoto de la compañía proveedora del servicio –usualmente gratuito– desde cualquier punto o dispositivo conectado a la red y a través de cualquier navegador estándar de internet. La aparición del *webmail* aportó movilidad a los usuarios del correo electrónico, lo cual les ha convertido en el estándar de la identidad digital personal, pues más allá de la pertenencia institucional o empresarial, se vuelve una dirección constante de contacto entre las personas. Los servicios más populares de correo electrónico basado en la Web son: Hotmail, Yahoo y Gmail.

El *blogging* es una práctica que se ha difundido a lo largo de los últimos años. Un blog es una bitácora o cuaderno de apuntes en formato web. Cada aporte nuevo se

va ubicando en el inicio del blog, de modo que las novedades siempre están visibles en primera plana. Permite la interacción con sus lectores a través de comentarios y es susceptible de suscripción mediante protocolos estandarizados como RSS<sup>79</sup>. La popularización del blog proviene de la existencia de herramientas tecnológicas para su gestión que no requieren conocimiento técnico especializado y permiten un alto nivel de personalización y configuración, a través de interfaces sencillas de usar. En los blogs, los más diversos perfiles de usuario comparten textos, fotos o videos con otros usuarios, que van generando una comunidad en torno al blog. Entre los ejemplos más destacados de plataformas para la publicación de bitácoras y del llamado *microblogging* –cuya característica fundamental es la corta extensión de las entradas– están: Blogger, WordPress, Tumblr, Posterous y Twitter.<sup>80</sup> Además, según el formato principal de las contribuciones a un blog, se han generado diferentes denominaciones como fotolog (o fotoblog), vlog (o videoblog), audioblog (o podcast). Gracias al *blogging*, el típico usuario de la web dejó de ser un simple consumidor de información para convertirse, simultáneamente, en un productor de contenidos, generando un perfil denominado ‘prosumidor’.

Los servicios de mensajería instantánea gestionan la interacción conversacional de los individuos en tiempo real. En sus orígenes, el servicio exigía la instalación de un *software* que facilitara la comunicación. Hoy en día, prácticamente todos los usuarios ‘chatean’ directamente desde el navegador de internet. Algunas de las plataformas más relevantes de mensajería instantánea son: MSN Messenger, Yahoo

---

<sup>79</sup> RSS o *Really Simple Syndication* es un estándar que permite la distribución de contenidos categorizados que alimentan con información a otros sitios o programas lectores. Gracias a él, un usuario puede consumir contenidos provenientes de distintas fuentes, a las que se ha suscrito, en un mismo espacio.

<sup>80</sup> Cristóbal Cobo Román, Hugo Pardo Kuklinski, *Planeta Web 2.0*, Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México, Barcelona y México DF, septiembre 2007.



IM, Gtalk de Google.<sup>81</sup> Además, diversos servicios de redes sociales han integrado la posibilidad de comunicación instantánea en sus propias plataformas: tal es el caso de Facebook. Además, hay aplicaciones que permiten integrar las identidades digitales de un usuario en diferentes plataformas de mensajería instantánea, sea a través de software instalado en el dispositivo, o bien a través de servicios web. Finalmente, algunos de estos servicios se han especializado o han añadido funcionalidades audiovisuales a la conversación: tal es el caso del propio Gtalk –a través de un aditamento gratuito– o Skype –recientemente adquirido por Microsoft e integrado con MSN Messenger–.

Las redes sociales digitales son plataformas de comunicación entre personas que se relacionan por diversos motivos: vínculos interpersonales, intereses particulares, pertenencia a conglomerados sociales, etc. Están dotadas de funcionalidades que permiten, entre otras acciones, publicar información de perfil personal, actualizar un ‘estado’, utilizar mensajería instantánea, compartir información, adherirse a una causa, pertenecer y participar en un grupo, buscar trabajo, etc. Las más populares son: Facebook, Google+, Orkut, LinkedIn, Diaspora, TripAdvisor, Geni, etc.

La Web 2.0 es una gran innovación con respecto a la 1.0, pues los consumidores de información o usuarios se convierten también en productores activos de contenido propio o co-productores del contenido existente. Desde 2004, el término Web 2.0 se refiere a plataformas y herramientas que facilitan las tareas de producir y publicar información en la red. Aparecen los sistemas gestores de contenido, mediante los cuales cualquier persona puede tener su blog o bitácora, compartir sus fotos, audios, videos o comentar los de sus contactos, sin la necesidad de ser experto en códigos de programación. Las redes sociales, adquieren relevancia por el número de gente

---

<sup>81</sup> Antonio Fumero y Genís Roca con la colaboración de Fernando Sáenz Vaca, *Web 2.0*, Oman impresiones, libro publicado bajo licencia Creative Commons.

que publica activamente su información y se convierten en el paradigma de la autopublicación: los datos provenientes de un usuario adquieren carácter ‘público’, aunque es posible configurar la extensión y características de los potenciales consumidores de esa información.

El giro de la Web 1.0 a la Web 2.0 es importante porque cambia la manera en que la gente utiliza Internet. Para entender mejor este cambio se expondrá un ejemplo:

En la Web 1.0, si un empresario quería crear su web y poner información de su empresa debía recurrir a la ayuda de uno o más expertos que la organicen, diseñen, codifiquen y publiquen. Una vez publicada la web, si el empresario quería aumentar, retirar, corregir o cambiar la información, estaba obligado a contactar de nuevo a los expertos, pues el empresario no poseía la capacidad tecnológica necesaria.

Con la Web 2.0 por el contrario, el mismo empresario puede crear su web a partir de la utilización de plataformas amigables y gratuitas, que facilitan la publicación y edición del sitio, sin necesidad de la intervención de personas especializadas. La codificación tecnológica es automática y está mediada por la plataforma de administración de los contenidos.

Citando a José Luis Orihuela:

La Web originaria, que hoy llamamos 1.0, era una plataforma para buscar información que *otros* (con habilidades técnicas) habían publicado. La Web 2.0, a la que llamamos “social”, es una plataforma de publicación en la que *todos* pueden generar contenido.<sup>82</sup>

Posteriormente, se ha hablado de actualizaciones y modificaciones a la Web 2.0, llegando incluso a acuñar el término Web 3.0 o “web semántica”. Sin embargo, el

---

<sup>82</sup> José Luis Orihuela, *De buscar información a encontrar personas*, artículo en línea Digital Media Weblog: <http://www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela/public/post/de-buscar-informacion-a-encontrar-personas-9907.asp>, fecha de creación: 19 de septiembre de 2011, fecha de acceso: 6 de marzo de 2012.

salto implicado entre la Web 1.0 y la web social no ha podido ser igualado por posteriores nomenclaturas y modificaciones.

La industria del turismo, al igual que todas las actividades humanas, no ha sido ajena a este desarrollo tecnológico ni al cambio actitudinal que supuso la aparición de la Web 2.0; es más, ha sido vulnerable al cambio que ha experimentado el Internet. Se analizará, a continuación, qué tipo de dispositivos, conectividad y plataformas tecnológicas se utilizan, hoy en día, en el turismo. Se remarcará también las características personales y sociales que el desarrollo tecnológico ha supuesto en el comportamiento, tanto por parte de los turistas como de los demás actores que giran en torno de la actividad turística.

### **2.1.1 Dispositivos tecnológicos**

Existen innumerables aparatos y dispositivos que facilitan el desarrollo de la actividad turística en la actualidad. Algunos de ellos constituyen lo que se conoce como infraestructura tecnológica, entendida como el escenario que posibilita la comunicación, la conexión y la interacción en el ámbito del turismo. Así, por ejemplo, los hoteles, aeropuertos, agencias de viajes, restaurantes, sitios turísticos ofrecen al viajero la posibilidad de conectarse a Internet, reservar vuelos, comprar pasajes, reservar plazas en hoteles y demás tareas asociadas al servicio ofrecido por los proveedores.

Sin embargo, los dispositivos que más relevancia tienen para efectos del presente trabajo de investigación son aquellos que el turista lleva consigo durante sus viajes. La movilidad es una característica que, más allá del tema turístico, se va consolidando como una práctica individual y social en el ámbito tecnológico. Provee a cualquier usuario de la independencia e individualidad en

el uso de los equipos. En un dispositivo móvil, las aplicaciones, la configuración, las contraseñas de acceso, no necesitan ocupar un espacio compartido.

Los dispositivos móviles son aparatos de tamaño reducido, comparados con los dispositivos fijos; pueden tener capacidades de conexión permanente o intermitente a Internet; suelen tener memoria limitada de almacenamiento, aunque la conectividad puede delegar esa función a la ‘nube’<sup>83</sup>; aunque casi siempre están diseñados para cumplir una función específica, pueden desempeñar otras funciones, de acuerdo con la variedad de aplicaciones que se instalen.

A continuación, se reseñará brevemente el repertorio más frecuente de dispositivos móviles y sus principales características técnicas y utilitarias.

Las computadoras portátiles y subportátiles son ordenadores personales, también llamados *laptop*, de tamaño y peso reducidos –lo que facilita su movilidad–, que pueden cumplir con las mismas tareas que un computador de escritorio. Tienen, además, la capacidad de obtener energía de una batería recargable y funcionar, durante varias horas, sin estar conectadas a la corriente eléctrica.

Las computadoras portátiles tienen la estructura física de un cuaderno –de ahí su denominación ‘notebook’–, formada por dos cuerpos articulados en una bisagra.

En uno de los cuerpos está la pantalla y en el otro, el teclado y un panel táctil incorporado que funciona como *mouse*. Poseen varios puertos para conexiones

---

<sup>83</sup>La *Cloud computing* o ‘computación en la nube’ es un nuevo paradigma de computación en el que ciertas funciones y aplicaciones se transportan a la Red, como por ejemplo: ya no es necesario instalar programas de procesamiento de texto, numérico, presentaciones, porque hay servicios en la red que ofrecen la misma utilidad, sin que sea necesaria una instalación previa en el dispositivo físico. Asimismo, la computación en la nube permite almacenar documentos, bajo ciertas condiciones de capacidad y privacidad. La capacidad de almacenamiento del dispositivo ya no es, entonces, tan relevante como en el modelo tradicional, pues la información se guarda en la Red.  
([http://es.wikipedia.org/wiki/Computaci%C3%B3n\\_en\\_la\\_nube](http://es.wikipedia.org/wiki/Computaci%C3%B3n_en_la_nube))

con dispositivos y redes fijas, así como la capacidad de conectividad inalámbrica.

Una división de las computadoras portátiles son las subportátiles, *laptops* de tamaño más reducido, pero que mantienen características similares, aunque no están diseñadas para una gran capacidad de procesamiento, sino para tareas más sencillas y la navegación en Internet. La denominación, sin embargo, suele aplicarse a equipos que manejan y operan versiones completas de sistemas operativos estándar.

La netbook es una versión de la computadora portátil de menor tamaño que no está diseñada para tareas que requieren gran capacidad de procesamiento, como edición de videos o práctica de juegos que requieren un gran despliegue gráfico, pero permite navegar en internet, consumir contenidos multimedia y realizar funciones básicas como el procesamiento de texto y de datos numéricos. Poseen pantallas de entre 7 y 14 pulgadas y un peso que varía desde menos que uno hasta dos kilogramos. El ahorro de peso y tamaño se obtiene omitiendo algunos puertos o unidades ópticas, además de utilizar chips de menor potencia. La netbook utiliza sistemas operativos como: Windows XP Home, Windows 7, Windows CE y otros sistemas operativos basados en GNU Linux. Con el reciente aparecimiento de las *tablets*, el volumen de ventas de *netbooks* ha bajado.<sup>84</sup>

Las tabletas –o *tablets*, en inglés– son dispositivos más pequeños que una computadora portátil o que una *netbook*, pero más grandes que los teléfonos

---

<sup>84</sup> Eduardo Arcos, *Las Netbooks están muertas*, artículo en línea en Alt 1040: <http://alt1040.com/2011/04/las-netbooks-estan-muertas>, fecha de creación: 11 de abril de 2011, fecha de acceso: 6 de marzo de 2012.

inteligentes o PDAs<sup>85</sup>. Tienen una pantalla que admite la interacción dactilar individual o múltiple. Permite la navegación en Internet y existe un repertorio creciente de aplicaciones diseñadas para los sistemas operativos específicos y que cumplen funciones determinadas. Las tabletas son dispositivos muy útiles para el consumo de contenido, tanto local como remoto, ya sea escrito, audible, visual o audiovisual. El mercado ofrece varias marcas de tabletas con distintos sistemas operativos. Las marcas más populares y exitosas en ventas son: iPad de Apple, Samsung GalaxyTab, Kindle de Amazon y Playbook de BlackBerry.

Los teléfonos celulares son dispositivos móviles que permiten hacer llamadas, enviar mensajes de texto y tienen funciones útiles como calculadora, reloj, calendario, etc. Aunque los teléfonos genéricos cumplían las funciones enunciadas, van quedando obsoletos, por la penetración de los *smartphones* o teléfonos inteligentes, que incorporan nuevas posibilidades de conectividad y desempeños particulares.

La mayor parte de teléfonos celulares tiene capacidades físicas y técnicas multimedia que permiten la producción y reproducción de audio, fotografía y video.

Los teléfonos inteligentes o *smartphones* son aquellos dispositivos celulares que tienen la capacidad de conectarse a Internet, ya sea vía Bluetooth, *WiFi*, o a través de la contratación de un paquete de datos con una compañía de telefonía móvil. Los teléfonos inteligentes son de tamaño reducido, totalmente móviles y, aparte de ser capaces de navegar en Internet, cumplen otro tipo de funciones como el registro y la reproducción de audio, video y fotografía. Algunos

---

<sup>85</sup>Un PDA, sigla proveniente del inglés *Personal Digital Assistant* (Asistente Digital Personal) es un dispositivo de tamaño bastante reducido que cumple las funciones de agenda electrónica, calendario, lista de contactos, bloc de notas y recordatorios. El interfaz físico a través del cual el usuario dialoga con el dispositivo suele ser una pantalla táctil operada mediante un lápiz digital.

teléfonos inteligentes tienen un interfaz físico de teclado, mientras los más avanzados han incorporado la tecnología *Touch* basada en pantallas táctiles. Por supuesto, también ofrecen las funcionalidades que satisfacen los requerimientos genéricos de todo teléfono móvil: llamar y recibir llamadas, enviar y recibir mensajes de texto y/o multimedia, además de proveer aplicaciones básicas de escritorio (calendario, reloj, calculadora, agenda de contactos). Un estudio de la consultora Analysis Mason predice un crecimiento en el número de *smartphones* en el mundo equivalente a 32% anual desde 2010 hasta 2014.<sup>86</sup>

Las consolas de videojuegos están optimizadas para cumplir fines lúdicos; sin embargo, a través de su conectividad a Internet, pueden utilizarse como un dispositivo de navegación, consumo de contenidos multimedia e interacción. Algunas consolas vienen en formato portátil, lo que las convierte en dispositivos móviles.

Los reproductores de audio y video son *gadgets* que permiten el consumo de archivos digitales de audio y/o video en formatos MP3 o MP4. Hay reproductores de audio que permiten también escuchar radio en frecuencias AM o FM. A veces están integrados en teléfonos celulares. Los reproductores de audio permiten escuchar archivos de audio pregrabados, generalmente de una computadora que requiere la instalación previa de un software. Los dispositivos son una fuente de almacenamiento de archivos MP3 o MP4. Por lo general usan baterías como fuentes de alimentación de energía y el sonido se emite a través de altavoces o auriculares.

---

<sup>86</sup> Amalia Rodríguez, “En 2014 habrá 1700 millones de smartphones en el mundo, según un estudio”, en *Tendencias21*, artículo en línea: [http://www.tendencias21.net/En-2014-habra-1-700-millones-de-smartphones-en-el-mundo-segun-un-estudio\\_a4384.html](http://www.tendencias21.net/En-2014-habra-1-700-millones-de-smartphones-en-el-mundo-segun-un-estudio_a4384.html), fecha de creación 29 de abril de 2010, fecha de acceso: 7 de marzo de 2012.

Hay varias marcas de reproductores de audio como Sony, Panasonic, Zen, sin embargo la más representativa es Apple con su iPod.

Los iPod han evolucionado a la par con la tecnología: el primero –denominado iPod Classic– cumplía con funciones básicas de almacenamiento y reproducción de audio; el iPod Shuffle tiene menor tamaño y capacidad, pero es más portable y económico; el iPod Nano combina portabilidad y capacidad de almacenamiento y –en sus generaciones más avanzadas– incorpora la posibilidad de jugar en él, incluye una cámara de fotos y video –para la producción y reproducción multimedia– y, en su última versión, incorpora una pantalla multitáctil como interfaz físico, además de la recepción de frecuencias de radio AM y FM; el iPod Touch –con su pantalla táctil y de mayor tamaño– propició la conexión y navegación por Internet a través de WiFi y la posibilidad de descargar aplicaciones, al estilo de los *smartphones*.

### **2.1.2 Conectividad**

Los dispositivos digitales de hace algunas décadas estaban basados en las posibilidades físicas (*hardware*) y en las aplicaciones que les proveían de funcionalidades (*software*); sin embargo, a partir de la popularización de Internet como plataforma de publicación y consumo de contenidos, así como de interacción social, el centro del desarrollo de los dispositivos ha sido la conectividad.

Las tecnologías y posibilidades de conexión han avanzado mucho desde la creación misma del Internet. Se nombrará, a manera de referencia histórica, los diferentes tipos mediante los cuales el usuario ha podido conectarse a internet:



Red Telefónica Conmutada (RTC): es una tecnología a través de la cual las vibraciones de voz son traducidas en impulsos eléctricos que se transmiten a través de dos hilos de cobre. A este tipo de comunicación se le denomina analógica. Para utilizar esta red como vehículo de conexión a Internet, la señal digital del ordenador se convierte en analógica a través de un *módem*<sup>87</sup> y se transmite por línea telefónica. Es la red de menor velocidad y calidad, razón por la cual prácticamente ya no se utiliza; además, como comparte el par de cobre con la línea telefónica, el usuario debe optar entre conectarse a internet o utilizar el teléfono.

Red Digital de Servicios Integrados (RDSI): envía la información codificada digitalmente, para lo cual necesita un adaptador de red, módem o adaptador de tarjeta RDSI que sincronice la velocidad entre el computador personal y la línea. La conexión RDSI divide la conexión telefónica en 3 canales: dos B o portadores por los que circula la información a velocidad de 64 kbps, y un canal D de 16 kbps que sirve para gestionar la conexión. Se puede gestionar los canales B de manera independiente, es por ello que es posible hablar por teléfono y navegar por internet simultáneamente.

Banda ancha – Línea de Suscripción Digital (DSL): permite transmitir simultáneamente voz y datos a través de la misma línea telefónica. Se establecen tres canales independientes sobre la línea telefónica estándar: dos canales de alta velocidad (para el envío y recepción de datos) y un canal para la comunicación de voz (servicio telefónico).

---

<sup>87</sup> Un módem–Modulador/demodulador– es un dispositivo que se encarga de conectar una línea telefónica con una computadora. Los datos transferidos por la línea telefónica llegan de forma analógica, el módem se encarga de demodular estos datos y hacerlos digitales. El mismo proceso se ejecuta en sentido contrario, los datos digitales de la computadora se modulan para hacerlos analógicos.

La conexión de internet a través de banda ancha mejoró notablemente la velocidad de conexión a Internet: se lograron velocidades del orden de los 8 Mbps. La experiencia del usuario conectado a Internet mejoró, a través de una mayor velocidad, la posibilidad de hablar por teléfono y navegar simultáneamente. Las personas empezaron a contratar servicio de Internet ilimitado en horas de uso.

En el ámbito turístico, algunos hoteles y hostales adoptaron la modalidad de incluir en su tarifa el servicio ilimitado de acceso a Internet, por lo que la experiencia del turista también mejoró en ese aspecto.

Cable: se utiliza un cable coaxial que también es capaz de conseguir tasas elevadas de transmisión pero utilizando una tecnología distinta. En lugar de establecer una conexión directa –punto a punto con el proveedor de acceso–, se utilizan conexiones multipunto, a través de las cuales muchos usuarios comparten el mismo cable. Cada punto de conexión a la red (llamado nodo) puede dar servicio a un número entre 200 y 500 usuarios: a medida que aumenta el número de usuarios conectados al mismo nodo, reduce la tasa de transferencia de cada uno de ellos. Para conseguir una calidad óptima de conexión, la distancia entre el usuario y el nodo no debe ser superior a 500 metros. Esta tecnología permite al usuario alcanzar velocidades superiores, en el orden de los 30 Mbps. Cargar y descargar datos de la red, a través de esta tecnología, es mucho más rápido que en el pasado.

Redes Inalámbricas: las redes inalámbricas o *wireless* permiten montar redes locales sin la necesidad de cables. Utilizan infrarrojos u ondas de radio a frecuencias desnormalizadas (de libre utilización). Están compuestas por dos elementos: punto de acceso –la estación base que crea un área de cobertura

(WiFi) dentro de la cual los usuarios se pueden conectar, libremente o mediante una clave de acceso— y los dispositivos clientes —que son elementos susceptibles de conectarse inalámbricamente—. El punto de acceso cuenta con una o dos antenas y con uno o varios puertos *Ethernet*, que le permiten conectarse con una red de área local. Los dispositivos clientes cuentan con tarjeta de red inalámbrica.

La conexión a Internet sin necesidad de un cable proporciona una mejor experiencia al usuario. Cualquier dispositivo que tenga tarjeta de red inalámbrica es apto para conectarse a Internet. Este tipo de conexión se ha popularizado a nivel doméstico en hogares y centros educativos. Algunas zonas turísticas de las grandes metrópolis han implementado una conexión gratuita WiFi destinada a los visitantes.

En el sector turístico, las redes inalámbricas están presentes en hoteles, cafeterías, restaurantes y lugares de expendio de alimentos, como valor agregado a su servicio.

Actualmente los turistas no necesitan estar en su hotel para poder conectarse a Internet, sino que basta con que se dirijan a cualquiera de los restaurantes o cafeterías con red inalámbrica y ya podrán acceder a Internet desde sus propios dispositivos móviles.<sup>88</sup>

El Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Dirección Metropolitana de informática pone a disposición de nacionales y extranjeros WiFi gratuito con capacidad de hasta 450 usuarios en ciertas zonas de la ciudad: Plaza de la Independencia, Plaza del Teatro Nacional Sucre, Parque de El Ejido (sectores Arco del Triunfo y Biblioteca), Plaza interior del edificio del Municipio del

---

<sup>88</sup> Instituto de Tecnologías Educativas, *Tipos de Conexión a Internet*, Ministerio de Educación Gobierno de España en línea [http://ntic.educacion.es/w3/programa/usuarios/ayudas/tipo\\_conexion.htm](http://ntic.educacion.es/w3/programa/usuarios/ayudas/tipo_conexion.htm), Madrid, fecha de acceso: 16 de noviembre de 2011.

Distrito Metropolitano de Quito, Parque Central de la parroquia de Nanegalito, Parque de San Francisco, Parque Ecológico de Solanda, Terminal Terrestre de Quitumbe, Plaza Foch.<sup>89</sup>

### 2.1.3 Plataformas y servicios digitales en línea

Aunque en un sentido estricto, el concepto de plataforma digital se ha asociado con un conjunto de dispositivos, sistemas operativos y *software*, el advenimiento de la Web 2.0 ha ampliado esta definición hacia un ámbito más asociado con la utilización de servicios tecnológicos en línea. Desde esta perspectiva, una plataforma digital es una infraestructura tecnológica que ofrece uno o varios servicios para la búsqueda, gestión, almacenamiento, publicación, edición e integración con otros servicios. Juan Varela, periodista y autor del blog Periodistas 21, destaca dos elementos clave de las plataformas digitales: inteligencia –en el sentido de gestión activa de los datos– y modularidad –como posibilidad de integración e interacción de esos datos con otros servicios y plataformas–.<sup>90</sup>

En Internet podemos encontrar plataformas digitales que le permiten al usuario administrar el contenido que se va a publicar en la Web de manera sencilla y sin necesidad de tener conocimientos técnicos avanzados. Estas plataformas –en su mayoría– son gratuitas, multifuncionales y adaptables a las necesidades comunicativas del usuario. Sin una clasificación exhaustiva ni formal, se

---

<sup>89</sup> Quito-Wifi.com, *Características del servicio y ubicaciones*, sitio web en línea <http://www.quito-wifi.com/quito-wi-fi/caracteristicas-del-servicio.html>, fecha de acceso 3 de abril de 2012.

<sup>90</sup> Juan Varela, *Plataformas digitales contra neutralidad de la Red*, Blog en línea: Periodistas 21 <http://periodistas21.blogspot.com/2010/08/plataformas-digitales-contra.html>, fecha de creación: 9 de agosto de 2010, fecha de acceso 3 de abril de 2012.

mencionan a continuación diferentes tipologías de servicio o plataforma digital en línea:

Los sistemas de administración de contenido –Content Management System, más conocidos por su sigla en inglés CMS– son plataformas que ofrecen una estructura de soporte para la creación y administración de contenidos por parte del usuario.<sup>91</sup> A partir de los gestores de contenido, las personas pueden crear, administrar, editar, publicar contenido escrito, gráfico, fotográfico o audiovisual. Estas plataformas, además, facilitan la interacción entre usuarios (emisor-receptor, receptor-emisor, receptor-receptor, emisor-emisor), así como interacción del usuario con la información (cita hipertextual, suscripción, gestión de enlaces, compartición de recursos). Los contenidos que se pueden gestionar a través de CMS son muy diversos: blogs, publicaciones digitales, portales informativos, foros de discusión, entornos virtuales de aprendizaje o Learning Management Systems (LMS), entre otros. Algunos de los CMS más populares son: WordPress, Drupal, Joomla, Mambo. Entre los LMS, se puede mencionar a Moodle, Blackboard, Manhattan, Desire2Learn.

Las Redes Sociales son plataformas web que ofrecen servicios y funcionalidades de publicación y comunicación entre sus usuarios. Dependiendo de la red social, se establecen relaciones recíprocas o no recíprocas, motivadas por diversos propósitos: informativos, personales, profesionales, de intereses, lúdicos, genealógicos, por ejemplo. Las redes sociales proporcionan sociabilidad, apoyo,

---

<sup>91</sup> Tecnología. Medios comunitarios. Net, *CMS Gestores de Contenido Web*, sitio web en línea: <http://tecnologia.medioscomunitarios.net/93>, fecha de creación: 18 de diciembre de 2008, fecha de acceso: 9 de abril de 2012.

información y un sentido de pertenencia e identidad social al grupo al que pertenece.<sup>92</sup>

Entre las redes sociales más populares podemos citar a: Facebook, Tuenti, Orkut –la red social de Google que evolucionó hacia Google+ en 2011–, LinkedIn –la red social profesional más popular–, Twitter –que, en realidad ofrece servicios de microblogging y ha adquirido poco a poco ciertos componentes de red social–, Diaspora, TripAdvisor –red social de viajes y turismo–, Geni –centrada en las relaciones genealógicas–, Ning –plataforma para la creación de redes sociales particulares, que en sus inicios fue gratuita pero se convirtió en una utilidad de pago–, Hi5 –muy utilizada antes de la popularización masiva de Facebook–, MySpace –también popular entre 2005 y 2008, antes del boom de Facebook–.

Las plataformas de publicación y gestión de recursos multimedia: la característica principal de estos sitios es que giran alrededor de imágenes, audios y/o videos. Una vez producido el contenido multimedia, las plataformas ofrecen la posibilidad, más o menos limitada, de alojar esos archivos digitales en la Web y compartirlos con el resto de internautas. Los consumidores de información, a su vez, pueden interactuar con los contenidos publicados y con los participantes de la comunidad de publicación: seleccionar y catalogar contenidos, valorarlos, difundirlos entre los contactos propios a través de la misma u otra plataforma social, comentar, establecer relaciones entre usuarios, crear grupos de usuarios con intereses particulares. Entre las plataformas multimedia de publicación más destacadas están: Pinterest, Instagram, Flickr y Picasa –gestores de fotos–; YouTube, Vimeo y GoogleVideo –gestores de video–; iVoox, SoundCloud, Goeat –gestores de audio–. Estos sitios no son redes sociales en sí mismos; sin

---

<sup>92</sup> Centro del Profesorado y de Recursos de Oriente (Llanes, España), *Redes Sociales*, artículo en línea: <http://es.scribd.com/doc/24658747/Redes-sociales-definicion>, fecha de acceso: 30 de abril de 2012.

embargo, han incorporado ciertos componentes de red social como la posibilidad de compartir e interactuar con el contenido y el autor del contenido.

Las aplicaciones web de gestión social de enlaces y curaduría de contenidos facilitan la documentación de los recursos de la Web y la recomendación social de dichos recursos a terceros. La Web se ha convertido en un espacio de grandes flujos de información no siempre relevante; ante tal abundancia informativa, el internauta está expuesto a una “infoxicación” o intoxicación informativa. Por eso es necesario un “curador de contenido” que guíe al usuario en la búsqueda de información. Al igual que en el arte, el curador de contenido no produce, por sí mismo, nuevos recursos; más bien se encarga de encontrar, recopilar, seleccionar, organizar, agrupar y compartir el contenido más relevante de un tema específico.<sup>93</sup> Las principales herramientas de curaduría son: StumbleUpon, MrWong –gestores sociales de enlaces o URL, en los que la recomendación ocurre de modo colectivo–; Delicious, Scoopit, Storify, Paper.li o Digg –que permiten seleccionar, organizar y publicar noticias de diferentes fuentes en un espacio unificado; Tumblr y Posterous –que permiten “bloguear” de modo unificado, a partir de contenidos propios o ajenos–.

Las plataformas tecnológicas de transmisión en vivo permiten emitir texto, audio y/o video por Internet en tiempo real. Para que la transmisión sea posible, es necesario que el usuario cuente con un dispositivo adecuado de captura (teclado, micrófono, cámara de video) y conexión a Internet. A mejor conexión a Internet, la transmisión permite mayor calidad y fidelidad. Generalmente las plataformas de *streaming* –término empleado para este tipo de transmisión en

---

<sup>93</sup> Esther Vargas, *15 Herramientas d Curaduría de contenidos que los periodistas debemos conocer*, blog en línea: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2012/01/09/15-herramientas-de-curaduria-de-contenidos-que-los-periodistas-debemos-conocer/>, fecha de acceso: 7 de mayo de 2012, fecha de creación: 9 de enero de 2012.

tiempo real–, permiten adicionalmente la interacción social, a través de chat o integración con redes sociales. También ofrecen la opción de grabar la transmisión y dejarla como video disponible para el resto de usuarios que no pudieron estar conectados simultáneamente a la emisión. Algunos ejemplos de plataformas de *streaming* son: Ustream, Livestream, Bambuser, TwitCam, JustinTV –plataformas de transmisión audiovisual–, CoverItLive, ScribbleLive –que tienen una base en formato texto, pero permiten integrar recursos audiovisuales y participación de usuarios desde sus redes sociales–.

La clasificación anterior tiene fines didácticos aunque, en la práctica, las plataformas digitales suelen tener componentes o características de varios tipos de plataforma.

#### **2.1.4 Sociabilidad**

Toda esta evolución tecnológica –con la activa participación de los usuarios en la generación de contenido, las herramientas tecnológicas que les facilitan la producción y consumo de información sin necesidad de tener conocimientos técnicos de programación, la infraestructura en *hardware*, *software* y la conectividad– ha generado en el usuario una actitud de sociabilidad. En la Web 2.0 hay una predisposición a producir y compartir información de tipo escrito, visual, auditivo y/o audiovisual.

Hoy en día, las personas pueden producir contenido con mayor facilidad que antes, pues los dispositivos tecnológicos que permiten producir contenido audiovisual, visual o auditivo son más variados y adaptables a las necesidades, tienen menor tamaño, cuestan menos y son muy fáciles de usar. La consecuente



oferta de contenidos genera una mayor demanda de ellos, lo cual provoca: mayor acceso a Internet, de mejor calidad y más económico. La superabundancia de información ofrece la posibilidad al usuario de tener más temas de conversación y publicación en Internet, lo que enriquece aún más la oferta de contenidos.

Una vez producido su contenido, las personas tienen la posibilidad de compartir y socializar lo que han producido. Este comportamiento no es nuevo ni se generó con el Internet<sup>94</sup>: simplemente se potenció, particularmente con la introducción de utilidades como las redes sociales digitales.

Manuel Castells afirma que las personas que son sociables en el mundo *offline* lo son también a través del internet; de igual manera, si las personas no son tan sociables en el mundo real tampoco lo serán por medio del Internet.

Un estudio que acaba de hacer British Telecom, un gran estudio de observación realizado a lo largo de un año en una serie de hogares en los que se utilizaba Internet, que no cambia nada. Es decir, que la gente que hacía lo que hacía, lo sigue haciendo con Internet y a los que les iba bien, les va mucho mejor, y a los que les iba mal, les va igual de mal; el que tenía amigos, los tiene también en Internet y, quien no los tenía, tampoco los tiene con Internet. Es un estudio intelectualmente muy conservador, pero lo cito y les doy la referencia porque es un estudio muy espectacular. Se llama *Aquí no pasa nada*. Pero sí que pasa. Internet es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de Internet y, por tanto, se amplifican y se potencian a partir de lo que son.<sup>95</sup>

## 2.2 Tecnologías Turísticas

El avance tecnológico ha facilitado la experiencia turística del viajero a cualquier parte del mundo. Desde la planificación previa a la visita del destino turístico elegido, hasta la socialización de su experiencia como turista con sus contactos en redes sociales. Las empresas que, de una u otra forma, están relacionadas con los

---

<sup>94</sup> Recuérdese la pirámide de las necesidades de Abraham Maslow, cuyo tercer nivel considera la necesidad de filiación: Maslow, Abraham, *A Theory of Human Motivation*, Psychological Review, 1943.

<sup>95</sup> Manuel Castells, *Manuel Castells: Internet y la Sociedad Red*, artículo en línea: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain7.html>, fecha de acceso: 9 de mayo de 2012.

viajes han adecuado su infraestructura digital para facilitar al viajero todo tipo de trámites que se deben realizar en los viajes, por ejemplo: la compra de pasajes aéreos, la reservación de hoteles, mapas y guías turísticas digitales, etc.

### **2.2.1 Planificación Turística**

La planificación turística es una actividad que se ha beneficiado del desarrollo de la tecnología y el avance de la comunicación. Hoy en día, el turista tiene en la Red innumerables servicios que facilitan la planificación y decisión del destino turístico.

En la Web, el viajero puede acceder a los sitios individuales de los servicios, empresas o locales de la industria turística para realizar actividades específicas desde el Internet; por ejemplo, en el sitio web de una aerolínea, el usuario tiene la posibilidad de hacer el prechequeo antes de llegar al aeropuerto, los sitios de hoteles permiten reservar habitaciones e incluso pagar la estadía por anticipado, los museos dan la posibilidad de comprar la entrada, entre muchas otras posibilidades.

Adicionalmente, el viajero puede encontrar portales dedicados al turismo en los que se integran todos los servicios que puede requerir para hacer su viaje, es decir: obtener información del destino turístico, comprar boletos de transporte, reservar hoteles o adquirir paquetes turísticos.

Además, las personas que están planificando un viaje turístico tienen la posibilidad de acceder a redes sociales especializadas en turismo. Estas redes ofrecen servicios de búsqueda de hoteles, sugerencias de destinos, opiniones de viajeros, y otras funciones basadas en la recomendación. El viajero tiene, a su vez, la posibilidad de acceder a las opiniones, fotos y puntuaciones de otras

personas para decidir su destino. Los proveedores de servicios turísticos pueden participar también en estas redes sociales especializadas y, a través de cuentas *7Iremium*, promocionar o publicitar sus servicios.

Como complemento, el sistema financiero digital permite comprar en línea con el uso de tarjetas de crédito internacionales o cuentas específicamente implementadas para Internet, como *PayPal*.

### **2.2.2 Registro y documentación de la experiencia personal**

La documentación de los viajes ha sido siempre un interés de los turistas y se ha desarrollado a la par con la evolución de las comunicaciones y las tecnologías. Diversas manifestaciones y modos expresivos han permitido al viajero recordar su experiencia gratificante.

Contar lo vivido en el viaje es un primer acercamiento expresivo y comunicativo. Al principio, se lo hacía oralmente a sus amigos o conocidos. Luego, las experiencias se recogieron en documentos escritos, como diarios de viajes, bitácoras, crónicas y tarjetas postales –que incorporaban un ingrediente visual al testimonio–. Ahora, los turistas tienen la opción de crear un *blog*<sup>96</sup> y reseñar los detalles del viaje, con las características funcionales y comunicativas propias del nuevo medio. Con él, ganan inmediatez, multimedialidad e interacción con su audiencia.

La evolución técnica de la captura, edición y posterior publicación en formato audible ha facilitado registrar historias en formato audio y ha generado una

---

<sup>96</sup> *Blog* o bitácora digital: sitio web que consiste en un diario de apuntes (posts), recopilados cronológicamente, de autoría individual o colectiva. Admite comentarios de otros usuarios y suscripciones automáticas que notifican al suscriptor sobre los cambios y actualizaciones del mismo. También admite recursos multimediáticos y enlaces.

variante al blog escrito, conocida como *podcast*, que añade un valor testimonial de primera mano cuando la voz de la narración proviene de la fuente original.

Tomar fotografías siempre ha sido importante para documentar los destinos turísticos visitados. En décadas pasadas, el usuario debía llevar su cámara, rollos de película fotográfica –o adquirirlos en el destino– y, una vez tomadas las fotos, el turista generalmente regresaba a su lugar de residencia y allí revelaba las fotos. Los riesgos a los que se exponía eran múltiples y muy comunes: el rollo podría estar dañado, velado o caduco y el viajero habría perdido su documentación gráfica; la imagen podría estar borrosa, mal iluminada, desenfocada y solo lo sabría una vez obtenidas las fotos. Con el progreso de la fotografía digital, el usuario puede hoy en día tomar fotografías y almacenarlas en tarjetas de memoria intercambiables o incorporadas a la cámara; puede previsualizar las imágenes y, de ser necesario, repetir las tomas *in situ*, con lo cual asegura la calidad de iluminación, enfoque, encuadre, detalle, de sus fotos. El peso y tamaño de los dispositivos de captura es mucho menor que antaño, con lo cual se facilita la movilidad y disponibilidad del artefacto durante toda la travesía turística.

Una posterior evolución del registro fotográfico tuvo lugar a través de la popularización de cámaras portátiles para grabar video. Aunque el precio de estos dispositivos siempre era más alto, algunos viajeros optaban por documentar su experiencia a través de la imagen en movimiento. Con la aparición de cámaras compactas más económicas e integradas a dispositivos móviles –incluso teléfonos celulares–, el viajero tiene la oportunidad de registrar muy fácilmente su vivencia en video.

El 62% de los turistas que vienen al Ecuador<sup>97</sup> trae al menos un aparato electrónico que podría servirle como instrumento de registro y documentación de sus experiencias turísticas, en formato textual, gráfico, audible y audiovisual. Con un teléfono celular –inteligente o no–, una cámara de fotos, una *tablet* o una computadora portátil, el viajero puede escribir acerca de su viaje, capturar fotografías, videos y audios de su experiencia turística.

### **2.2.3 Publicación, socialización e interacción**

La manera más común de compartir la experiencia turística con personas cercanas al viajero solía ser el envío de tarjetas postales. En ellas, un tercero había registrado gráficamente un testimonio sobre el lugar y, en el reverso, el turista escribía un texto personalizado. La tarjeta se enviaba por correo postal y, muchas veces, llegaba más tarde que el propio viajero. Los demás registros de los momentos vividos por el paseante constituían documentos privados que compartía presencialmente con los allegados, tras el retorno del viajero a su origen.

El turista podía contar las historias vividas a través de bitácoras, diarios, libros o crónicas que, en el mejor de los casos, podrían ser difundidas públicamente –con todas las complicaciones y limitaciones que publicar un libro implica–. Lo mismo ocurría con los álbumes fotográficos, que las personas cercanas al turista podían –o, a veces, eran obligados a– observar, con la narración oral de la experiencia.

Hoy en día, la publicación y socialización de contenidos es más fácil, económica, masiva y rápida. El turista cuenta con infinidad de opciones para

---

<sup>97</sup> Encuesta aplicada en 2011, documentada con más detalle en el acápite 3.2 de esta disertación.

publicar su información en tiempo real a la que otras personas, en cualquier lado del planeta, pueden acceder.

El turista tiene en la Web varios servicios que permiten la publicación multimediática de contenidos, por ejemplo:

Escribir un blog del viaje. A través de la utilización de una plataforma gratuita, el viajero puede publicar su experiencia e interactuar con otras personas interesadas en su travesía. La misma plataforma permite al viajero incorporar fotografías, videos, audios y enlaces, como complemento o sustituto al escrito.

Publicar fotografías. En la Red hay varios sitios que permiten alojar, clasificar y compartir imágenes con otras personas. Entre las funciones técnicas más interesantes de estas plataformas están: la posibilidad de organizar las fotos en álbumes; editar, retocar o aplicar efectos y filtros a las fotografías. La interacción social es una característica de estos servicios, pues los usuarios pueden: valorar las fotos y comentarlas, suscribirse a álbumes, añadir etiquetas y guardarlas en sus propias colecciones, además de compartir las fotos a través de plataformas externas, como las más populares redes sociales. Algunos de estos sitios son: Flickr, Tabblo, Marela, 23, Instagram.

Publicar videos. Para ello hay plataformas especializadas que soportan el almacenamiento y publicación de videos, que cuentan también con el componente social, es decir estos videos se comparten con la comunidad y admiten comentarios e interacciones. Entre las más populares están: YouTube, Vimeo, JustinTV, GoogleVideos. También es posible compartir toda la información con las redes sociales personales externas, como Facebook o Twitter.<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup> María Elisa Espinoza, *El manejo de la privacidad en la red social Facebook*, Disertación de grado previa a la obtención del título de licenciada, PUCE, Quito, 2011.

Adicionalmente, los viajeros tienen la opción de utilizar las redes sociales más comunes –Facebook, Twitter- como plataforma de publicación de su experiencia turística. Estas redes sociales tienen interfaces que soportan la publicación de texto, imágenes, audios y videos.

#### **2.2.4 Interacción social**

El testimonio de los seres humanos juega un papel importante en el proceso turístico. Se han valorado los comentarios y recomendaciones de conocidos y desconocidos por sobre el discurso de la publicidad de las empresas de la industria turística. Hoy en día, muchas de las decisiones de adquisición o no adquisición de determinados productos o servicios dependen de lo que “alguien más recomendó”; es decir, que se concrete una compra ya no solo depende de la información ni de la publicidad sobre determinado producto o servicio, sino de lo que las personas opinan de él. El testimonio y la experiencia de los otros consumidores han tomado fuerza. La publicidad, en su afán por vender, puede llegar a mentir o exagerar las características de los productos o servicios; los consumidores, por el contrario, no tienen interés comercial, entonces pueden emitir una opinión más “imparcial” de lo que han consumido: esa es la tendencia.

En un estudio realizado por la compañía Nielsen, dedicada a la investigación de mercados, se demostró que de manera global el 90% de personas considera más las recomendaciones de otros usuarios que las promesas de la publicidad.<sup>99</sup>

---

<sup>99</sup> Estudio Nielsen: La Encuesta Global de Nielsen sobre Confianza en la Publicidad se realizó del 31 de agosto al 16 de septiembre de 2011. Fueron encuestados más de 28,000 usuarios de Internet en 56 países través de Asia Pacífico, Europa, Latinoamérica, Medio Oriente/África y Norteamérica. De Latinoamérica participaron en el estudio: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela, en línea: <http://www.nielsen.com/mexico/es/news-insights/press-room/2012/confianza-en-la-publicidad.html>.

El turismo, como una actividad comercial de servicios, está sujeto a las opiniones de sus usuarios, las cuales son influyentes en la red social en que se desenvuelven.

Elegir el destino turístico, elegir tal o cual aerolínea, reservar determinado hotel, comer en cierto restaurante –entre otras varias decisiones que el viajero debe tomar–, se facilitan y se simplifican cuando alguien más que ya ha vivido la experiencia, opina. De hecho, en la Web se han creado redes sociales enfocadas en las opiniones y recomendaciones turísticas. Algunas de ellas son: *TripAdvisor* –un compendio de recomendaciones sobre sitios turísticos, restaurantes, alojamiento y transporte–, *TrekTraka* –que recopila recomendaciones sobre lugares turísticos–, *CityPeek* –que incluye recomendaciones gastronómicas conectadas con el perfil de Facebook de los usuarios–, *Wayn* y *TravBuddy* –que permiten conocer personas que han viajado o van a viajar hacia el mismo destino turístico–, etc.



### **CAPÍTULO 3: PROPUESTA DE GUÍA TURÍSTICA EN AUDIO PARA EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE QUITO**

La propuesta del proyecto es elaborar una serie de audioguías de circuitos turísticos específicos, para brindar soporte informativo o como su nombre lo indica, una guía turística al viajero que viene a conocer Quito y no ha decidido contratar los servicios de una persona que le guíe en su viaje. Para realizar el proyecto, es necesario conocer ciertos hábitos de los turistas, sus condiciones tecnológicas y su predisposición al turismo guiado, por lo tanto, se elaboró una encuesta con el fin de detectar ciertos factores que propiciarán la elaboración de las audioguías.

#### **3.1 Encuesta sobre turismo guiado en Quito**

De enero a septiembre de 2012, 387 627 turistas extranjeros ingresaron a la capital del Ecuador.<sup>100</sup> Con el fin de averiguar los hábitos e intereses turísticos, la predisposición de los visitantes al turismo guiado y las condiciones tecnológicas que poseen los turistas, se aplicó una encuesta. Para asegurar que el número de personas encuestadas sean representativas se calculó el valor de la muestra a través del método estadístico de Muestreo aleatorio simple en el que se definió un porcentaje de confiabilidad del 90% y un margen de error del 5%. Después de aplicar la fórmula estadística<sup>101</sup> se estableció que la muestra sería de 300 personas extranjeras en la ciudad de Quito. Los sitios de recolección de la información poseen una considerable concentración de turistas: la plaza Foch, el Centro Histórico —específicamente plazas, iglesias y puntos de información

---

<sup>100</sup> Hoy.com.ec, periódico digital, en línea: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/turismo-quito-cierra-el-ano-con-un-incremento-del-7-569428.html>, fecha de creación: 20 de diciembre de 2012, fecha de acceso: 5 de marzo de 2013.

<sup>101</sup> María dolores García Sánchez, *Manual de Marketing*, EISIC Editorial, Madrid, 2008, p. 158.

turística establecidos por el Municipio–, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y la Universidad San Francisco de Quito –ambos centros de estudios ofrecen cursos destinados a numerosos estudiantes extranjeros– y escuelas de Español. Se intentó recolectar información de varios tipos de turista –según su tiempo de permanencia, por ejemplo–, varios países de origen, diferentes edades de los turistas –aunque la encuesta no cuantifica esa variable–.

Para facilitar la participación de turistas no hispanohablantes, la encuesta fue concebida en español y se tradujo al inglés y al francés.

# Encuesta

El objetivo de esta encuesta es puramente académico

1. ¿Cuál es su país de residencia?
  
2. ¿Viaja solo o acompañado? (Escoja una sola respuesta)
  - ☐ Viajo solo
  - ☐ Viajo con una persona más
  - ☐ Viajo con dos o tres personas más
  - ☐ Somos un grupo de entre cinco y ocho personas
  - ☐ Somos un grupo de más de ocho personas
  
3. ¿Ha visitado o planea visitar otras ciudades del Ecuador, además de Quito? (Escoja una sola respuesta)
  - ☐ Sí
  - ☐ No
  
4. ¿Cuántos días de su itinerario ha estado o planea estar en Quito? (Escoja una sola respuesta)
  - ☐ 1 a 3 días
  - ☐ 4 a 7 días
  - ☐ 8 a 14 días
  - ☐ 15 o más días
  
5. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje a Quito? (Escoja una sola respuesta)
  - ☐ Visitar a amigos o familiares
  - ☐ Estoy de paso hacia otro(s) destino(s) del país
  - ☐ Trasládame permanentemente a Ecuador
  - ☐ Asistir a un evento
  - ☐ Desarrollar una actividad específica
  - ☐ Negocios
  - ☐ Estudio
  - ☐ Trabajo
  - ☐ Turismo
  
6. ¿Qué tan interesantes son para usted los siguientes tipos de atractivos turísticos de Quito?

	No me interesa	Me interesa poco	Me interesa medianamente	Me interesa	Me interesa mucho
Sitios representativos de la ciudad como plazas, calles y barrios					
Iglesias, conventos u otras edificaciones históricas					
Museos y galerías de arte					
Conciertos, presentaciones artísticas y culturales					
Miradores y lugares con vista panorámica a la ciudad					
Alrededores de la ciudad: valles, pueblos y sitios de entretenimiento al aire libre					
Mercados y centros comerciales					
Bares, discotecas y otros sitios de entretenimiento nocturno					

7. Para visitar un destino singular de la ciudad de Quito, ¿cuánto tiempo estaría usted dispuesto a caminar sin descanso?  
(Escoja una sola respuesta)
- ☐ 30 minutos
  - ☐ 45 minutos
  - ☐ 1 hora
  - ☐ 1 hora y media
  - ☐ 2 horas
  - ☐ Más de 2 horas
8. ¿Ha contratado o planea contratar los servicios de una persona que le guíe en uno o más destinos turísticos de la ciudad?  
(Escoja una sola respuesta)
- ☐ Sí
  - ☐ No

9. ¿Qué importancia tienen los siguientes factores para contratar los servicios de una persona que guíe su recorrido turístico?

	No es importante	Es algo importante	Es medianamente importante	Es importante	Es muy importante
Precio					
Itinerario					
Movilización					
Disponibilidad de información turística					
Interés particular en un destino					
Número de turistas del grupo					
Seguridad					

10. ¿Dispone usted en su viaje de un reproductor digital portátil de audio? (Escoja las respuestas que corresponda)

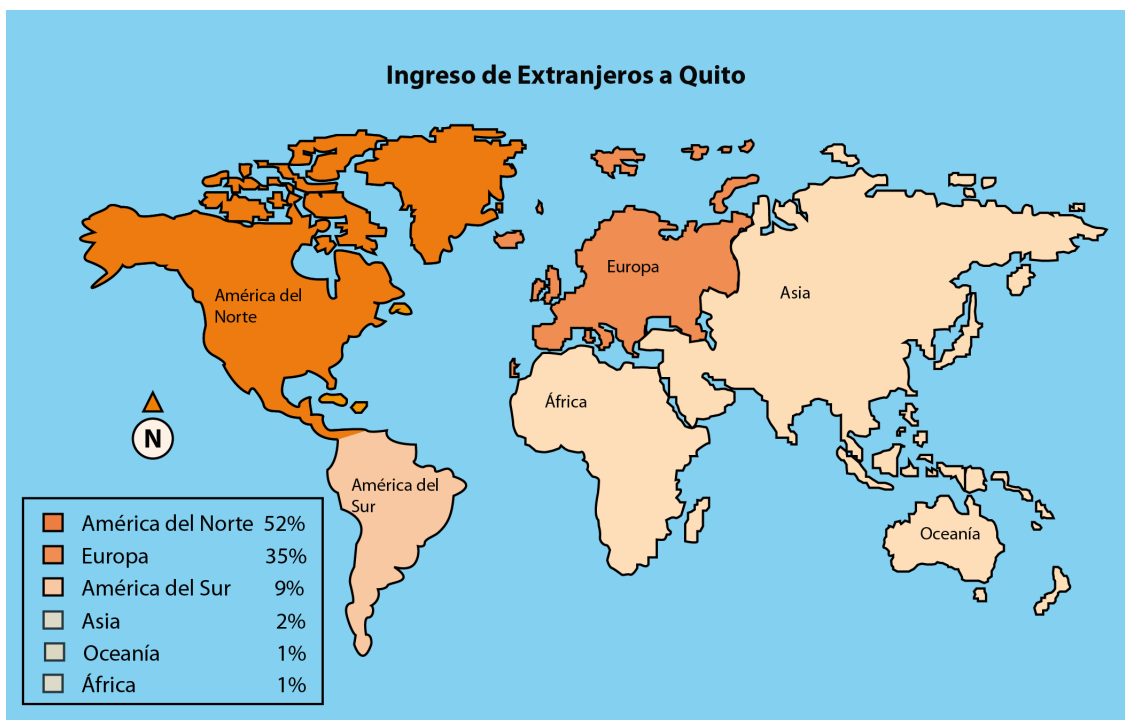
- ☐ Celular con Bluetooth
- ☐ Reproductor MP3 o MP4
- ☐ iPod, iPod Shuffle, iPod Nano
- ☐ BlackBerry
- ☐ Smartphone
- ☐ iPod Touch, iPhone, iPad
- ☐ Tableta digital o táctil
- ☐ Netbook o computadora portátil (laptop)
- ☐ No dispongo de tal dispositivo
- ☐ No estoy seguro si mi dispositivo tiene esa capacidad

### 3.2.1 Resultados de la encuesta

#### 1. ¿Cuál es su país de residencia?

En el período de dos semanas que duró la recolección de información se encuestó a una muestra de 300 personas; de ellas, el 61% venía de otros países de América, gran parte de ellos de los Estados Unidos; el 35% de Europa; el 2% de Asia; el 1% de Oceanía y el 1% de África.

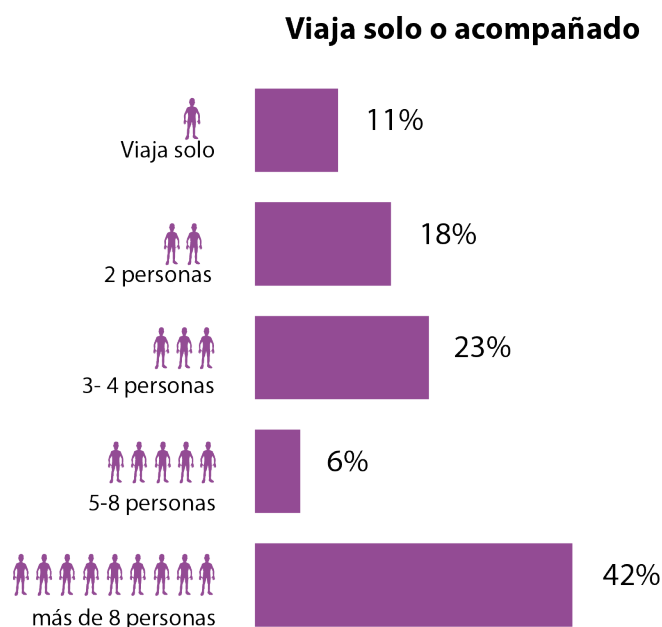
El número más representativo de turistas encuestados provenía de Estados Unidos (con el 49% de la muestra), Francia (12%) y Alemania (18%). Únicamente el 9% de las personas extranjeras venían de América del Sur, el 1% de América Central, mientras que el 52% de los encuestados procedían de América del Norte.



**Gráfico 2:** Ingreso de extranjeros a Quito: Infografía de propia.

## 2. ¿Viaja solo o acompañado?

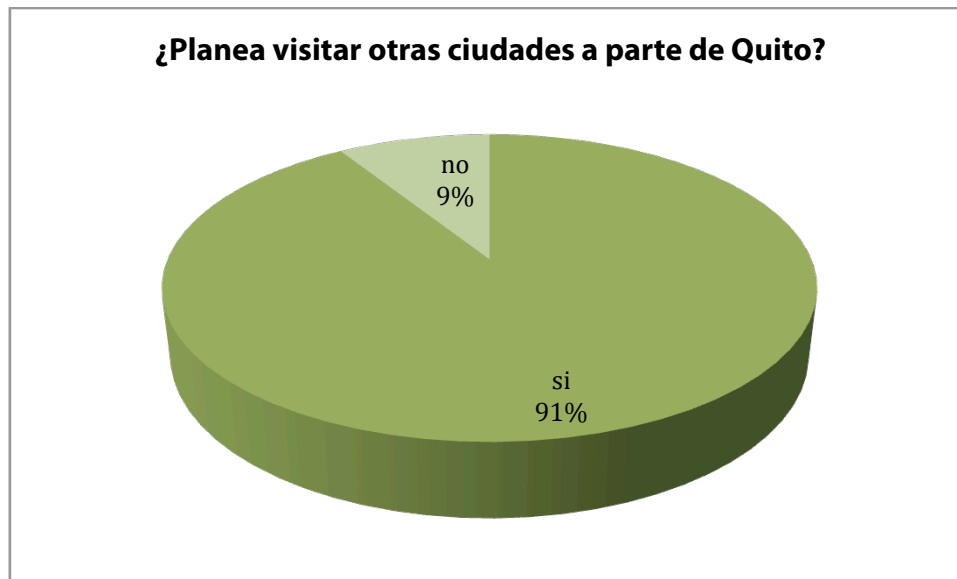
El 42% de los encuestados viaja en grupos grandes, superiores a 8 personas. El 23% viaja en un grupo de 3 o 4 personas. El 18% de los turistas consultados viaja con una persona más. El 11% viaja solo y el 6% viaja en grupos de entre 5 y 8 personas. Las estadísticas muestran variedad con respecto al número de turistas que viajan juntos aunque es notable que predominen los grupos grandes.



**Gráfico 3:** Número de personas que viajan a Quito. Infografía de autoría propia.

## 3. ¿Ha visitado o planea visitar otras ciudades del Ecuador además de Quito?

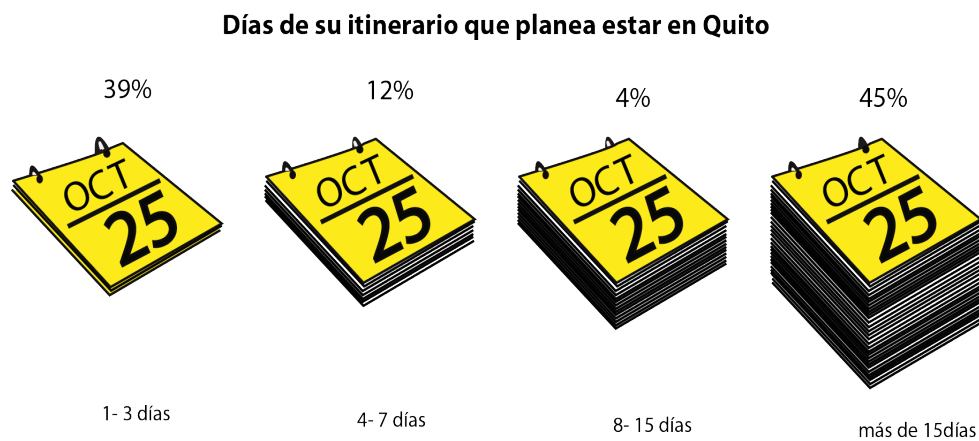
El 91% de los encuestados conocerá o ha conocido otras ciudades ecuatorianas además de Quito; únicamente el 9% tiene como único destino la ciudad capital.



**Gráfico 4:** Visita a otras ciudades del Ecuador: Infografía de autoría propia.

#### 4. ¿Cuántos días de su itinerario ha estado o planea estar en Quito?

Los turistas encuestados planean quedarse en Quito por tiempos prolongados: el 45% dijo que permanecería en la ciudad por más de 15 días, el 39% se quedará de 1 a 3 días y el 16% restante se quedará entre 4 a 14 días.



**Gráfico 5:** Días del itinerario que se planea estar en Quito: Infografía de autoría propia.

## 5. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje a Quito?

Los principales motivos por los que los extranjeros encuestados vinieron a Quito son: estudio (48%) y turismo (42%). El 5% viene a ‘desarrollar una actividad específica’. El 2% vino a Quito a trabajar, el 1% planea quedarse a vivir en el Ecuador, el 1% de los encuestados se encuentra en Quito de paso hacia otros destinos del país y el 1% está de visita a amigos o familiares.

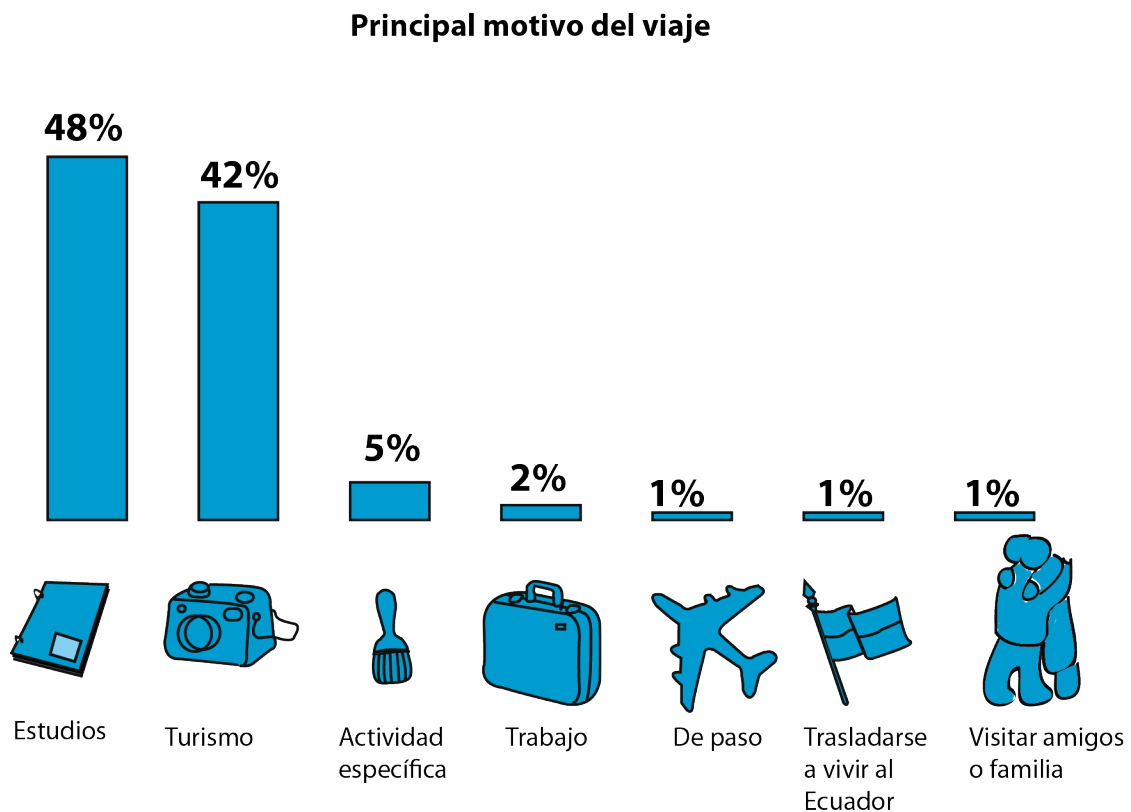


Gráfico 6: Principal motivo de viaje a Quito: Infografía de autoría propia.

## 6. ¿Qué tan interesantes son para usted los siguientes tipos de atractivos turísticos?

### *Sitios representativos de la ciudad como plazas, calles y barrios*

Al 79% de los encuestados ‘les interesa’ y ‘les interesa mucho’ (de acuerdo a la escala) los sitios representativos de la ciudad. Al 14% ‘le interesan medianamente’ y al 7% ‘no le interesan’.

### *Iglesias, conventos u otras edificaciones históricas*



Al 62% de los encuestados le interesan las edificaciones históricas. El 27% se siente indiferente al respecto y al 11% le interesa poco.

### ***Museos y Galerías de Arte***

Del total de las personas consultadas, al 61% le interesan medianamente los museos y las galerías de arte de Quito. Al 23% le interesan mucho y al 13% le interesan poco y no le interesan.

### ***Conciertos, presentaciones artísticas y culturales***

El 69% tiene interés en conciertos y presentaciones culturales de la ciudad de Quito. El 24% es indiferente al respecto y al 7% le interesa poco.

### ***Miradores y lugares con vista panorámica de la ciudad***

Al 81% ‘le interesan’ y ‘le interesan mucho’ los lugares con vista panorámica de la ciudad. Al 2% le interesan poco y al resto de personas de la muestra les interesa medianamente.

### ***Alrededores de la ciudad: valles, pueblos y sitios de entretenimiento al aire libre***

De las personas encuestadas, el 76% está interesado en los alrededores de la ciudad, al 17% le interesan medianamente y al 7% le interesan poco.

### ***Mercados y centros comerciales***

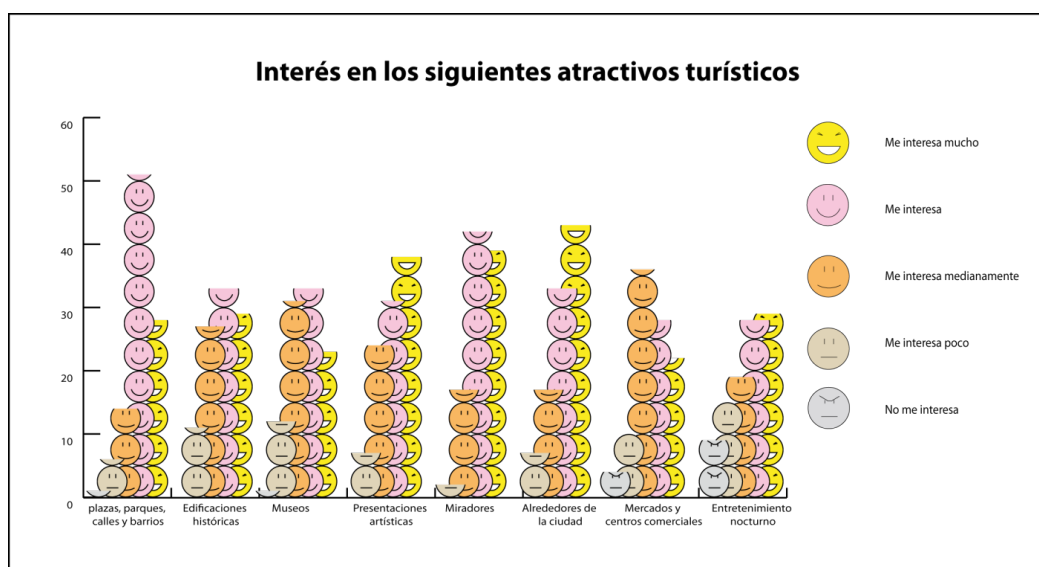
Al 64% le interesan medianamente los mercados y centros comerciales de Quito. Al 22% le interesan mucho y al 14% le interesan poco.

### ***Bares, discotecas y otros sitios de entretenimiento nocturno***

Al 57% le interesa el entretenimiento nocturno de Quito, al 24% le interesa medianamente y al 9% no le interesa para nada.

En conclusión, los sitios que más atraen a los extranjeros son: ‘plazas, calles y barrios’, ‘miradores y lugares con vista panorámica de la ciudad’ y ‘valles, pueblos y sitios de entretenimiento al aire libre’.

Lo que menos les interesa a los turistas son los ‘museos y galerías de arte’, ‘mercados y centros comerciales’ y ‘discotecas y lugares de entretenimiento nocturno’.



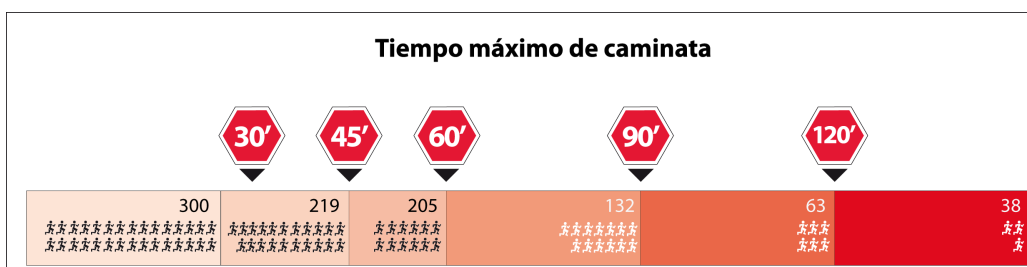
**Gráfico 7:** Interés de los atractivos turísticos de Quito: Infografía de autoría propia.

## 7. Para visitar un destino singular de la ciudad de Quito, ¿cuánto tiempo estaría usted dispuesto a caminar sin descanso?

El tiempo que las personas encuestadas están dispuestas a caminar sin descanso es variado. El 27% dijo que solo caminaría 30 minutos, mientras que el 13% dijo que caminaría más de 2 horas.

Suponiendo que las 300 personas encuestadas empezaran a caminar juntas, al cabo de 30 minutos, 81 personas no estarían dispuestas a seguir caminando por más tiempo. De las 219 personas que continuarían caminando, 14 personas no seguirán el camino al cabo de 45 minutos de caminata. De las 205 personas que continuarían, 73 se cansarían al llegar a la hora. De las 132 personas que

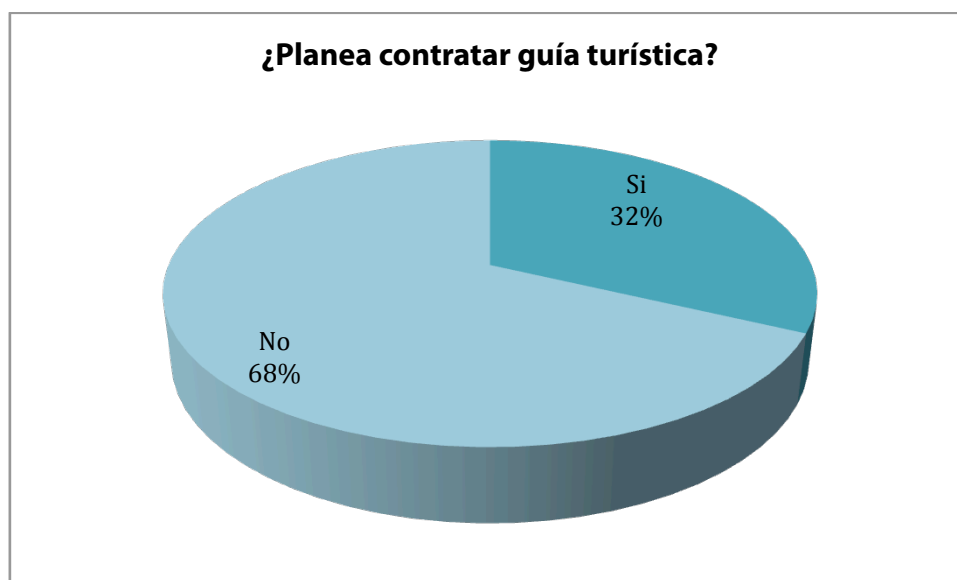
continuarían el recorrido, 69 personas se detendrán después de haber caminado 1 hora y 30 minutos. De las 63 personas que siguen la caminata, 25 menos seguirán al cabo de 2 horas de recorrido. Tan solo 38 personas de la muestra estarían dispuestas a caminar más de 2 horas sin descanso.



**Gráfico 8:** Tiempo máximo de caminata en Quito: Infografía de autoría propia.

## 8. ¿Ha contratado o planea contratar los servicios de una persona que le guíe en uno o más destinos turísticos de la ciudad?

De las 100 personas consultadas el 32% dijo que sí planea contratar los servicios de un guía turístico, mientras la mayoría (68%) no planea contratar un profesional que le guíe en Quito.



**Gráfico 9:** Contratar guía turística en Quito: Infografía de autoría propia.

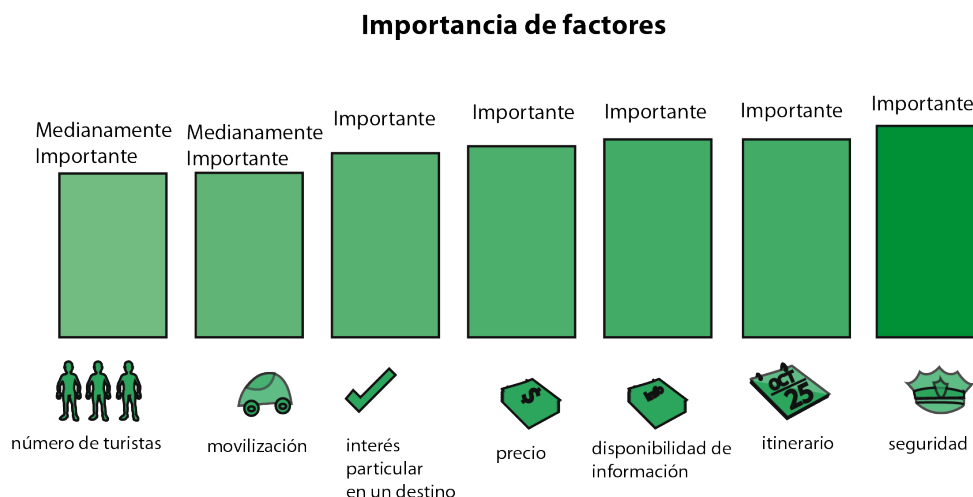
## **9. ¿Qué importancia tienen los siguientes factores para contratar los servicios de una persona que guíe su recorrido turístico?**

Para cuantificar la importancia que las personas encuestadas dan a ciertos factores al momento de contratar o no contratar guía turística, se atribuyó un número a cada valor de importancia: (0) no es importante, (1) es poco importante, (2) es medianamente importante, (3) es importante y (4) es muy importante. Para tabular los resultados, se utilizó la siguiente fórmula: se multiplica el número atribuido a cada valor de importancia por el número de personas que votaron por dicho valor; se suman los puntajes obtenidos por todos los valores de importancia se divide esa suma para el número total de encuestados (100). El valor numérico resultante en cada categoría valorada puede interpretarse nuevamente en la escala cualitativa utilizada.

Al sacar el puntaje cuantitativo de la importancia de ciertos factores en la contratación o no contratación de un guía turístico, se evidencia que casi todos los factores tienen una importancia cualitativa similar: precio (2,5), itinerario (2,8), disponibilidad de información turística (2,8), interés particular en un destino (2,51), y seguridad (2,95) se ubican en las categorías de ‘importante’, el factor ‘número de turistas’—con 2,4, movilización (2,4) —en escala cuantitativa— se encuentra en la categoría de ‘medianamente importante’. Se evidenció que el factor que les parece más importante a los turistas encuestados fue la seguridad: alcanzó 2.95 en la escala cuantitativa.

En este contexto, los factores que los turistas consideran relevantes para contratar guía turística son: seguridad, itinerario, disponibilidad de información turística y precio. Los factores de menor importancia son: número de turistas del

grupo e interés particular en un destino, tomándose en cuenta que todos los factores tuvieron puntajes más o menos iguales.



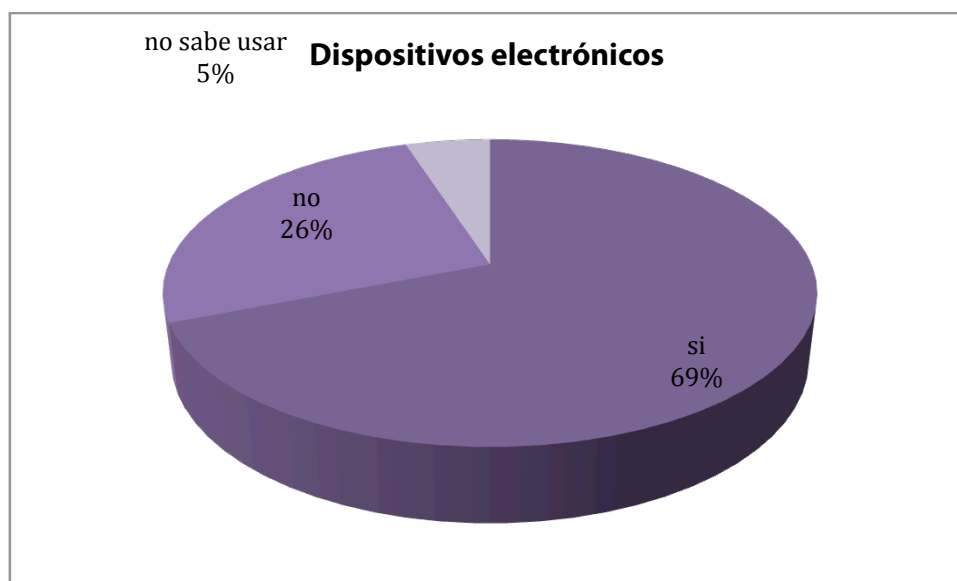
**Gráfico 10:** Factores para contratar o no contratar guía turística: Infografía de autoría propia.

#### 10. ¿Dispone usted en su viaje de un reproductor digital portátil de audio?

De la muestra de personas consultadas, el 69% de los turistas trae consigo al menos un reproductor digital portátil de audio. El 26% de personas no trajo dispositivos y el 5% no sabe si los dispositivos que trajo consigo tienen la capacidad de reproducción de audio digital.

Tomando en cuenta únicamente al 69% de turistas que tiene dispositivos y sabe cómo usarlos, el 49% de dichos dispositivos tiene la capacidad de conectarse a internet, el 51% restante no puede conectarse a internet.

De acuerdo con las categorías asignadas a los dispositivos móviles, las personas trajeron más iPod, iPod Nano e iPod Shuffle. Lo que menos traen los turistas son teléfonos de marca BlackBerry.



**Gráfico 11:** Disponibilidad de dispositivos electrónicos de los turistas que llegan a Quito: Infografía de autoría propia.

### 3.3 Justificación de la Propuesta

Aunque otras ciudades del mundo ya han implementado el servicio de audioguías en museos y lugares cerrados, e incluso se están haciendo guías turísticas en audio para recorrer ciudades enteras, en Ecuador no se han explotado aún los recorridos turísticos guiados por audio. Si bien se han desarrollado algunas aplicaciones para teléfonos celulares, no se ha encontrado un verdadero proyecto de audioguías turísticas que cuente con la información necesaria para guiar a un turista extranjero.

Hace algunos años la viabilidad del proyecto habría pasado por la implementación de una costosa infraestructura que hoy, gracias a la proliferación de dispositivos móviles capaces de reproducir audio, es innecesaria. No se necesita la instalación de una nueva infraestructura para consumirlo, pues basta con los recursos tecnológicos que los viajeros suelen llevar consigo en sus viajes, sea para su comunicación personal o para documentar su experiencia turística. En la encuesta, documentada en el acápite anterior, se constató que el 69% de los viajeros encuestados traen dispositivos capaces de reproducir audio digital. Sobre lo extendido que está el uso

de dispositivos tecnológicos en nuestra región, se puede mencionar que en la Universidad Nacional de Rosario en Argentina se realizó un estudio sobre el “Consumo de dispositivos tecnológicos: uso de pantallas en ingresantes a la Universidad”. La investigación estableció que el porcentaje de jóvenes que no tiene ni ha tenido celular nunca en su vida no llega al 1%, el 96% tiene un celular y el 6% tiene más de un celular en su poder. De entre las personas que dijeron tener celular, el 37% lo utiliza para consumir archivos MP3.<sup>102</sup>

La industria del guiado turístico en el Centro Histórico de Quito es muy variada, según lo explicó Julio Rivas, dueño de una agencia de viajes y guía turístico cuya licencia le fue otorgada *ad honorem* por el Municipio de la ciudad: “El abanico de opciones es gigantesco: va de cero a mil. Puedes tener guía privado como puedes tener guía público que no te cuesta nada”.<sup>103</sup> A pesar de que el costo del guía puede ser gratuito, hay viajeros que de todos modos no contratarán guía turístico por diversos factores, entre ellos el itinerario establecido y la magia de descubrir una ciudad solo caminando. Para estas personas que de todos modos no van a contratar guía turística (68%) está dirigida la audioguía, pues no se pretende competir con el turismo guiado personal, sino al contrario se pretende aportar con opciones para brindar un buen servicio de información turística.

Dependiendo del tipo de financiamiento y patrocinio que la producción de audioguías consiga, es muy posible que no haya costo para el turista. Por otro lado, el precio de los dispositivos portátiles para reproducción de audio es cada vez

---

<sup>102</sup> Universidad Nacional de Rosario, *Consumo de dispositivos tecnológicos: uso de pantallas en integrantes a la Universidad de Rosario*, Argentina, 27 de abril de 2010, en línea: [http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/components/com\\_booklibrary/ebooks/5727.pdf](http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/components/com_booklibrary/ebooks/5727.pdf), fecha de acceso: 25 de mayo de 2012.

<sup>103</sup> Entrevista a Julio Rivas, guía del Centro de Quito en el Anexo 1.

menor, de modo que no sería difícil que hubiera proveedores turísticos dispuestos a facilitar un equipo, sea en venta o en alquiler, a los visitantes.

Según datos de la encuesta, los sitios que prefieren visitar los turistas en Quito son: ‘plazas, calles y barrios tradicionales’, ‘miradores y lugares con vista panorámica de la ciudad’ y ‘valles, pueblos y sitios de entretenimiento al aire libre’. Por lo tanto, el turista extranjero que llega a Quito y está interesado en conocer la cultura de la ciudad no debe perderse el recorrido por el tradicional Centro Histórico de Quito. En 1978, la UNESCO declaró a Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad, debido a que la capital del Ecuador tiene el Centro Histórico más grande y mejor restaurado de Latinoamérica. Además, la simbiosis cultural hispano-americana que se evidencia en su arquitectura es única y pintoresca.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito ha trazado ya tres rutas peatonales para conocer el Centro Histórico de Quito y una ruta que incluye transporte.

Las rutas peatonales son las siguientes:

- Ruta 1- Arte Colonial
- Ruta 2- Vida Cotidiana
- Ruta 3- Tour fachadas<sup>104</sup>

Las rutas contienen los principales atractivos turísticos que el Centro de Quito ofrece a sus visitantes. Para aprovechar mejor la experiencia turística por el Centro Histórico de Quito, es preferible que el viajero tenga algún tipo de guía que le conduzca por los lugares correctos y que le cuente datos interesantes y relevantes de la ciudad, pues más allá de lo que se puede ver en una visita presencial, hay un sinnúmero de leyendas y tradiciones que necesitan “ser contadas”. Sin una guía

---

<sup>104</sup> Sitio Oficial de Turismo de la ciudad de Quito, *Paseos por el Centro Histórico*, en línea: [http://www.quito.com.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=549&Itemid=636](http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=549&Itemid=636), fecha de acceso 27 de junio de 2011.



presencial, la audioguía facilita la narración histórica durante los trayectos entre los puntos clave del recorrido.

Entre la diversidad de formatos y modalidades, el audio es un formato idóneo para guiar al turista. El audio tiene la característica de permitir al oyente realizar otras actividades simultáneas mientras se escucha –como mirar los atractivos turísticos, sobre todo arquitectónicos, o hasta estar pendiente de su seguridad, pues en la encuesta se evidencio que el factor que más les importa a los viajeros para contratar guía turística es la seguridad–; de este modo, el turista puede concentrarse en lo que está observando, ya que no necesita distraerse viendo otra cosa, como en el caso del impreso o del video. Desde el punto de vista funcional, el audio digital permite adelantar o retroceder la audioguía conforme las necesidades de velocidad y tiempo del visitante.

Para terminar, la viabilidad de la producción de audioguías en Quito puede ser el punto de partida de la implementación del proyecto en otras ciudades del Ecuador, con sus propios y específicos atractivos turísticos para los visitantes.

### **3.4 Objetivos**

#### **3.4.1 General**

Producir una serie de audioguías digitales de 4 rutas turísticas peatonales en el Centro Histórico de Quito.

### **3.4.2 Específicos**

- Revisar y contextualizar el tema del turismo, las audioguías y los dispositivos tecnológicos móviles que se requieren para la aplicación del proyecto.
- Determinar las características de los turistas que visitan Quito y su predisposición cultural, económica y tecnológica para acceder al producto.
- Definir los circuitos turísticos del proyecto, con base en las rutas predeterminadas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

### **3.5 Propuesta**

La propuesta del proyecto es la elaboración de audioguías que pertenezcan a una misma serie y que acompañen el recorrido peatonal de los visitantes de la ciudad de Quito en circuitos turísticos específicos. La audioguía está pensada como un recurso suficiente para guiar a un turista en determinado sector geográfico de Quito. Además de mostrar los atractivos turísticos de la ciudad, la audioguía aportará con datos histórico-culturales relevantes, así como con recomendaciones de interés para un viajero.

En un inicio las audioguías se producirán en dos idiomas: inglés y español. Más tarde se puede estudiar la posibilidad de producirla en más idiomas, dependiendo de las necesidades turísticas.

Se proponen dos maneras de distribución, la principal de las cuales es Internet. Las audioguías se alojarán en una página web o en un micrositio alojado dentro de la página web principal de la institución que patrocine el proyecto; de allí se podrá descargar gratuitamente el archivo digital de la audioguía, en formato MP3, a cualquier dispositivo que el turista traiga consigo. En dicha web encontrarán mapas

que expliquen claramente la cobertura del recorrido. En la encuesta realizada para este proyecto se determinó que el 76% de los turistas que llegan al Ecuador trae consigo aparatos electrónicos que pueden reproducir audio y, además, saben cómo utilizarlos.

La segunda forma de distribución de las audioguías es más directa: se propone que el turista alquile o adquiera el aparato electrónico, con las audioguías previamente alojadas en él. Lo único que el viajero tiene que hacer es reproducir el audio. Como parte del servicio, se entregará al viajero uno o varios mapas, en formato impreso, que indicarán las opciones de ruta que tiene el turista para recorrer con sus audioguías. Los reproductores de audio serán alquilados, por lo que se cobrará por el préstamo del aparato.

### **3.5.1 Determinación del público objetivo**

El proyecto de guías turísticas en audio está enfocado a tres audiencias:

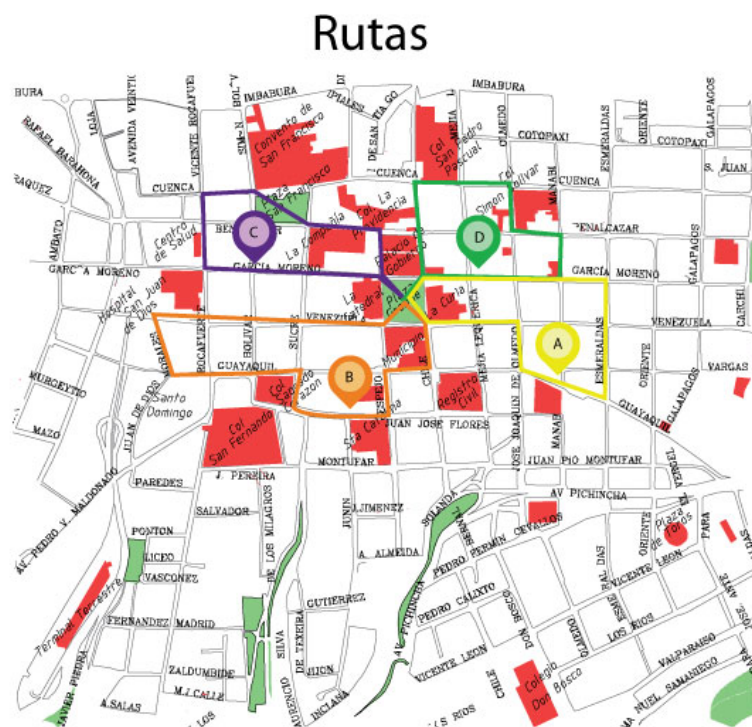
Jóvenes extranjeros que vienen a estudiar en Quito, sea el idioma o algún curso curricular. Vienen en grupo y tienen un vínculo directo con una institución educativa, que puede facilitar información o recomendación acerca de la ciudad como escenario turístico. Aunque su intención primordial sea el estudio, siempre tienen tiempo para recorrer y visitar los sitios de interés turístico. En la encuesta detallada con anterioridad se pudo evidenciar que el 48% de los turistas encuestados vienen por motivos de estudio: estos estudiantes respondieron estar interesados en conocer lugares culturales representativos de Quito y, además, informaron que la mayoría de ellos no contrata guía turística para su viaje. De manera global, las audioguías apuntan a las personas cuyo interés turístico sea cultural.

Grupos pequeños, usualmente familiares, que vienen por pocos días a Quito, con un interés eminentemente turístico. Aunque contratar un servicio de guiado es más conveniente cuando viajan en grupo, la mayoría de los encuestados pertenecientes a este grupo de turistas no planeaban contratar un guía profesional.

Personas que asisten a algún evento profesional o académico en la ciudad y provienen de otros países o ciudades del Ecuador. Aunque algunos de esos eventos cuentan con un tiempo dedicado al turismo, de modo grupal, la mayoría de estos turistas tienen unas horas libres para visitar la ciudad y, usualmente, no tienen recomendaciones o facilidades por parte de los organizadores del evento para aprovechar ese tiempo.

### 3.5.2 Determinación de los circuitos turísticos

Si se considera que los circuitos turísticos son peatonales, entonces se ha establecido una zona geográfica específica de la ciudad para ser recorrida a pie por los turistas, esta zona es el Centro Histórico de Quito dividido en cuatro rutas:

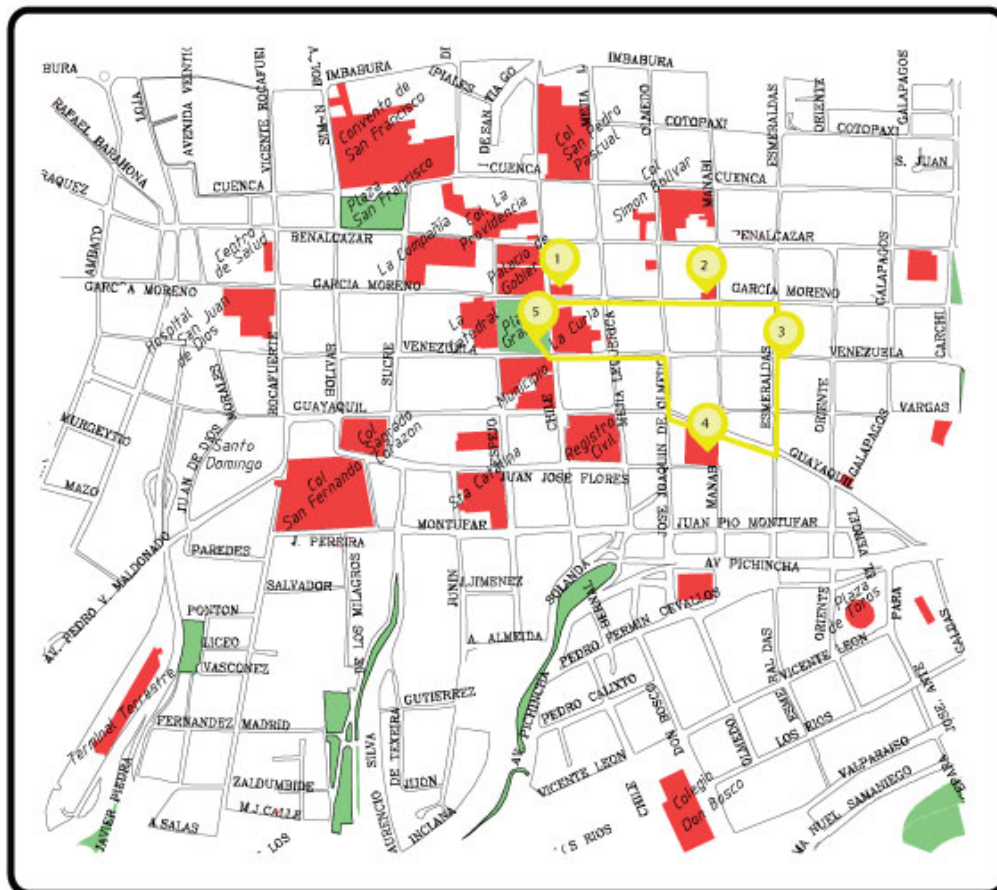


**Gráfico 12:** Determinación de Rutas Turísticas para recorrer el Centro de Quito con audioguía:  
Ilustración de autoría propia.

## Ruta A

1. Iglesia de la Concepción
2. Iglesia de Santa Bárbara
3. Museo Camilo Egas
4. Centro Cultural Metropolitano
5. Palacio Arzobispal

## Ruta A



**Gráfico 13:** Determinación de la Ruta A del Centro de Quito: Ilustración propia.

## Ruta B

6. Museo Miguel de Santiago
7. Iglesia de San Agustín
8. Teatro Bolívar
9. Monasterio de Santa Catalina
10. Plaza e Iglesia de Santo Domingo
11. Museo Fray Pedro Bedón
12. Calle La Ronda
13. Palacio Municipal

## Ruta B



**Gráfico 14:** Determinación de la Ruta B: Ilustración de autoría propia.

## Ruta C

14. Centro Cultural Metropolitano y Museo de Cera
15. Iglesia de El Sagrario
16. Iglesia de La Compañía
17. Antiguo Banco Central y Museo Numismático
18. Casa Museo María Augusta Urrutia
19. Iglesia de El Carmen Alto
20. Hospital San Juan de Dios y Museo de la Ciudad
21. Plaza e Iglesia de Santa Clara
22. Museo Casa del Alabado
23. Capilla de Cantuña
24. Iglesia de San Francisco
25. Centro Cultural Tianguéz
26. Catedral Metropolitana de Quito

## Ruta C



Gráfico 14: Determinación de la Ruta C: Ilustración de autoría propia.



## Ruta D

27. Iglesia de La Concepción
28. Iglesia de la Merced
29. Museo de Arte Colonial
30. Museo de Arte Contemporáneo
31. Plaza y Museo Casa de Benalcázar
32. Iglesia de Santa Bárbara
33. Palacio de Gobierno

## Ruta D



Gráfico 15: Determinación de la Ruta D: Ilustración de autoría propia.

### 3.5.3 Presupuesto

#### HONORARIOS: equipo de trabajo

Responsable del proyecto (\$20/h) .....	\$9 600
Co responsable del proyecto (\$15/h) .....	\$7 200
Asistente del proyecto (\$10/h) .....	\$4 800
Locutor (\$150/h) .....	\$1500
Camarógrafo (\$100/h) .....	\$1 000
<b>SUBTOTAL</b> .....	<b>\$24 100</b>

#### EQUIPO Y MOBILIARIO

Oficina (\$500/mes) .....	\$1500
Estudio de grabación y edición de audio(\$50/h) .....	\$500
2 grabadora de voz (\$100 c/u) .....	\$200
1 cámara de fotos profesional .....	\$1000
Dominio de Sitio Web (anual) .....	\$40
Hosting (anual) .....	\$100
<b>SUBTOTAL</b> .....	<b>\$3 340</b>

#### VIÁTICOS Y VIAJES

3 viajes (por circuito) al recorrido establecido dentro de la ciudad de Quito. (\$20/p) .....	\$720
Transporte(\$10/viaje) .....	\$120
Refrigerio(\$5/persona) .....	\$240
<b>SUBTOTAL</b> .....	<b>\$1 080</b>

#### MATERIALES

De oficina .....	\$1000
Otros .....	\$1 000
<b>SUBTOTAL</b> .....	<b>\$2 000</b>

#### DERECHOS LEGALES

Registro en el IEPI (12c/u) .....	\$48
Derechos de autor de la música (c/a) .....	\$345
<b>SUBTOTAL</b> .....	<b>\$393</b>

<b>TOTAL</b> .....	<b>\$30 913</b>
--------------------	-----------------

#### **3.5.4 Financiamiento**

En vista del interés que el Estado ecuatoriano está haciendo en el sector turístico, se ha previsto una opción de financiamiento a través del patrocinio de instituciones públicas relacionadas con el tema turístico.

En el sector público, se acudirá a instituciones relacionadas con el turismo para presentar la propuesta. Por ejemplo al Ministerio de Turismo en primera instancia a nivel nacional, o al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito más específicamente a nivel local.

El financiamiento patrocinado de las instituciones públicas supondrá las menciones y el crédito respectivo de dichas instituciones a cambio de un auspicio para desarrollar el proyecto.

#### **3.5.5 Producción del prototipo de audioguía turística**

Con el fin de ejemplificar el proyecto, se produjo una de las cuatro audioguías propuestas.

De las cuatro rutas turísticas que se establecieron para completar esta serie de audioguías que conducirán al viajero peatón por el Centro de Quito, se ha elegido una ruta como prototipo para ejemplificar la serie de Quito.

La ruta elegida es la Ruta C, sale de la Plaza Grande hacia la izquierda por la calle García Moreno hasta llegar a la Vicente Rocafuerte, allí el peatón deberá subir dos cuadras hasta la calle Cuenca. Caminará hacia la derecha hasta llegar a la plaza San Francisco, cruzará la Plaza, caminará por la calle Benalcázar y finalmente bajará por la Flores hasta retornar al punto de partida, es decir, la Plaza Grande.

Se eligió a la Ruta C como prototipo de la disertación por: tener mayor cantidad de puntos de interés, ser la ruta más interesante y la más segura de la serie.

## Determinación de Tiempos

Con base al diagnóstico realizado para la presente disertación<sup>105</sup> se determinó que el turista que llega a Quito no está dispuesto a caminar por períodos prolongados.

Si las 300 personas encuestadas empezaron a caminar juntas, al cabo de 30 minutos de recorrido 81 de estas personas no seguirían caminando. Por eso, se ha determinado que las rutas turísticas deben ser relativamente cortas, es decir su duración será de 30 minutos. Así los viajeros habilitados a caminar, pueden optar por hacer dos o más rutas el mismo día.

## Guión del audio

1 <u>CONTROL</u>	<u>FADE IN CANCIÓN; BAJA A 2P HASTA LÍNEA 30</u>
2 LOC	Hola.
3	Les damos la bienvenida a la Ciudad de Quito, la capital del Ecuador.
4	Vamos a guiar su recorrido a través de la Ruta C. Para consultar otras rutas,
5	no olvide ingresar a <a href="http://www.audioguiasquito.com.ec">www.audioguiasquito.com.ec</a> o revise las opciones de
6	rutas alojadas en su dispositivo de audio.
7	Le recordamos que para caminar por el Centro Histórico de Quito, debe
8	tener en cuenta las siguientes recomendaciones:
9	Quito se encuentra a 2.800 metros de altitud, por lo que le recomendamos
10	caminar pausadamente. Si siente que el aire le falta, por favor deténgase
11	por unos segundos y respire profundo. Si el malestar continúa, le
12	sugerimos que interrumpa su recorrido y busque ayuda en los Centros de
13	Información Turística ubicados en el Centro de Quito.
14	Tenga cuidado con sus pertenencias personales, evite exponer objetos de
15	valor a la vista de todos. Le recomendamos colocar su bolso o mochila
16	hacia adelante, de modo que los pueda ver todo el tiempo.
17	Si alguien sospechoso se acerca a usted, acuda a cualquier policía que se
18	encuentre patrullando por el sector y pídale ayuda.
19	En su recorrido puede llevar su cámara fotográfica y capturar los
20	exteriores. Dentro de las edificaciones, debe tomar en cuenta que algunos

<sup>105</sup> Encuesta realizada a 100 turistas que llegaron a la ciudad de Quito. Ver con más detalle el desglose de la encuesta en el capítulo 3.

21	lugares no permiten utilizar la cámara de fotos o el flash.
22	La audioguía le indicará los horarios de atención a las edificaciones, este
23	horario puede haber sido modificado.
24	La duración aproximada de la ruta C es de 30 minutos, tiempo que podría
25	incrementarse si usted decide visitar algún punto turístico de la ruta.
26	Guiaremos su recorrido únicamente por las calles; si desea ingresar a
27	alguna edificación, por favor pause la audioguía e ingrese. Al salir, retome
28	el recorrido.
29	Finalmente, recomendamos llevar agua para hidratarse durante la ruta.
30	Que disfrute su recorrido.
31	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
32	Antes de empezar, diríjase por favor a la estatua que se encuentra en el
33	centro de la Plaza. Desde ahí iniciaremos la caminata.
34	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN BAJA A 2P HASTA LÍNEA 48</u>
35	Usted se encuentra ubicado en el centro de la Plaza Grande, en el
36	Monumento a la Independencia. Le pedimos que mire a su alrededor y
37	ubique la Catedral Metropolitana de Quito: es la edificación religiosa que
38	tiene una escalera en la parte frontal. Diríjase hacia ella y suba por las
39	escaleras al atrio, que visitaremos de izquierda a derecha.
40	La Catedral Metropolitana es la iglesia más importante de la ciudad: una
41	edificación de estilo ortodoxo construida entre 1562 y 1567, es una de las
42	Catedrales más antiguas de América del Sur. En las paredes exteriores, hay
43	placas conmemorativas: una de ellas recuerda el descubrimiento del río
44	más caudaloso de Sudamérica, el Amazonas, cuya expedición partió desde
45	esta ciudad. Las otras placas honran a los padres de la Independencia. Los
46	restos de Antonio José de Sucre, célebre figura libertaria, reposan en una
47	capilla en el interior de la Catedral. Usted puede ingresar a la Catedral de
48	lunes a viernes de 9h00 a 16h00 y los sábados de 10h00 a 16h00.
49	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
50	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN BAJA A 2P HASTA LÍNEA 70</u>
51	Continúe su paseo por el atrio, al final del cual observará una cruz de
52	pedra, en la esquina de las calles Espejo y García Moreno. Baje las
53	escaleras, deténgase junto ella y mire hacia la esquina de enfrente.
54	Usted observará un edificio de dos pisos con fachada de piedra, es el
55	Centro Cultural Metropolitano, en este edificio funcionó la antigua
56	Universidad Central y el inmueble contiguo corresponde al antiguo Cuartel

57	de la Real Audiencia. En el interior del histórico arquitectónico Centro
58	Cultural Metropolitano, está el Museo de Cera Alberto Mena Caamaño,
59	que guarda una colección invaluable de objetos y documentos
60	correspondientes a la época de la Colonia, la Real Audiencia de Quito, la
61	Gran Colombia y los primeros años de la República. Las colecciones del
62	museo están manejadas en salas temáticas diferentes: Una muestra
63	permanente del arte colonial, Arte Moderno donde se exponen obras
64	pictóricas que ganaron el premio anual de pintura y escultura “Mariano
65	Aguilera” y la sala de las estatuas de cera que recrean la matanza del 2 de
66	agosto, fecha en la que nuestros próceres de la independencia fueron
67	asesinados. Las estatuas de cera están ubicadas en el mismo lugar donde
68	nuestros héroes independistas fueron asesinados por los militares limeños.
69	El horario de atención del Museo es de 9h00 a 18h00 de lunes a viernes, de
70	9h00 a 17h00 los sábados y de 9h00 a 13h30 los domingos.
71	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
72	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN BAJA A 2P HASTA LÍNEA 100</u>
73	Gire hacia la izquierda por la calle García Moreno, rumbo al sur. Al lado
74	izquierdo, a pocos metros, encontrará la fachada de la Iglesia de El
75	Sagrario, es una edificación con tres columnas de piedra y una puerta de
76	madera. Usted encontrará una cruz de piedra en el lado izquierdo de la
77	edificación.
78	La iglesia parroquial de El Sagrario fue construida en noviembre de 1694
79	por el arquitecto español José Jaime Ortiz. Esta iglesia alberga obras
80	pictóricas y escultóricas de destacados artistas ecuatorianos, entre las que
81	destaca la mampara hecha por Bernardo de Legarda, un célebre escultor
82	quiteño de la Colonia y uno de los principales exponentes de la llamada
83	Escuela Quiteña.
84	El horario de acceso a El Sagrario es: de lunes a sábados, de 7h30 a 18h00;
85	y los domingos, de 7h30 a 12h00.
86	Siga caminando por la calle García Moreno hasta llegar a una iglesia con
87	fachada de piedra, al lado derecho de la calle, es la iglesia de La Compañía
88	de Jesús.
89	La iglesia de La Compañía de Jesús, construida por los jesuitas, es una
90	verdadera belleza arquitectónica, considerada como el ejemplo más
91	representativo del estilo barroco del Quito colonial. Tomó
92	aproximadamente 160 años en ser construida y 2 años después de que fuera

93	terminada, los jesuitas fueron expulsados de estas tierras y la iglesia quedó
94	abandonada, hasta que en 1794 fue confiada a los frailes Camilos. Cada
95	centímetro cuadrado de los pilares, bóvedas y cúpulas del interior de la
96	Iglesia se encuentra recubierto por pan de oro. No hay un solo sitio vacío:
97	todo tiene ornamentación.
98	El horario de atención de la Iglesia de La Compañía es: de lunes a viernes
99	de 9h30 a 17h30, sábados y feriados de 9h30 a 16h30 y domingos, de
100	13h30 a 16h30.
101	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
102	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN BAJA A 2P HASTA LÍNEA 112</u>
103	Camine hacia la derecha y en otra de las esquinas de la intersección entre
104	García Moreno y Sucre, encontrará otra edificación civil importante: el
105	antiguo Banco Central del Ecuador, con fachada de piedra, dos altos pilares
106	con estatuas femeninas en la parte superior.
107	La edificación alberga, hoy en día, al Museo Numismático, que cuenta con
108	13.000 piezas históricas y es una síntesis de la historia monetaria del
109	Ecuador, desde la época del trueque hasta la adopción del dólar
110	norteamericano como moneda circulante.
111	Usted puede ingresar al Museo de Numismática de martes a viernes de
112	9h00 a 17h00; sábados, domingos y días festivos, de 10h00 a 16h00.
113	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
114	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN BAJA A 20 HASTA LÍNEA 133</u>
115	Continúe caminando por la calle García Moreno hacia el sur. Antes de
116	llegar a la siguiente esquina, encontrará una casa de color anaranjado y
117	blanco, 4 balcones en la parte superior y en la puerta una placa con las
118	letras MAU, es la Casa Museo María Augusta Urrutia al lado izquierdo.
119	La Casa Museo María Augusta Urrutia nos transporta a tiempos pasados en
120	los que vivió María Augusta Urrutia, una distinguida dama de la sociedad
121	quiteña. Su antigua casa forma parte del patrimonio cultural de la ciudad y
122	tiene en su interior obras de arte desde la época colonial hasta la República,
123	además de antiguos objetos del uso cotidiano de la época. María Augusta
124	Urrutia era una mujer muy influyente, en su casa recibió a varios
125	presidentes de la República y embajadores. Cuando quedó viuda, ella se
126	hacía cargo de sus haciendas y propiedades, manejaba y administraba las
127	finanzas, actividad atribuida solo a los hombres en aquella época.
128	María Augusta Urrutia fue mecenas del pintor ecuatoriano Víctor Mideros,

129	fue él quien hizo varias de las obras pictóricas de la sal, cuarto, sala de
130	estar y comedor de la casa. Gracias al apoyo de Doña María Augusta
131	Urrutia, Mideros llegó a ser el director de la Escuela de Bellas Artes.
132	El horario de atención es de martes a viernes de 10h00 a 18h00 y sábados y
133	domingos de 9h30 a 7h30.
134	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
135	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CACION BAJA A 2P HASTA LÍNEA 152</u>
136	Siga caminando por la calle García Moreno aproximadamente una cuadra y
137	media. Pase la calle transversal Bolívar ahí señalada y siga por la García
138	Moreno hasta la siguiente cuadra cuya transversal es la calle Vicente
139	Rocafuerte. Deténgase y en la esquina encontrará una edificación religiosa
140	de color blanco, en la entrada dos columnas de piedra a cada lado de la
141	puerta. Es el Convento de El Carmen Alto.
142	El convento de El Carmen Alto es una obra maestra de 1653, su
143	arquitectura está formada por tallados meticulosos. Aquí funcionó el
144	claustro de la orden Carmelita, se podía albergar máximo a 21 monjas que
145	no tenían la posibilidad de salir a la calle y vivieron ahí toda su vida. Según
146	la historia, estos monasterios solo recibían a las personas más selectas de la
147	nobleza. Además en El Carmen Alto se puede conocer la casa donde vivió
148	Santa Mariana de Jesús, quien se crucificó por el perdón de los pecados de
149	su ciudad y de las Carmelitas.
150	Actualmente, las carmelitas mantienen el claustro y solo se les permite salir
151	por casos de estricta emergencia. Las monjitas hacen productos naturales
152	que los venden a todo público, allí se puede comprar medicinas Naturales.
153	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
154	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN BAJA A 2P HASTA LÍNEA 191</u>
155	En esa esquina de la García Moreno y Rocafuerte, le vamos a pedir que
156	baje unos pocos metros hacia el Este por la calle Rocafuerte, al lado
157	izquierdo podrá encontrar un arco, al seguir caminando podrá visualizar
158	una edificación de color blanco con una puerta de madera y marcos de
159	piedra: es el Museo de la Ciudad.
160	El Museo de la ciudad ocupa el edificio civil más antiguo de la ciudad de
161	Quito que hasta 1974 fue el Hospital San Juan de Dios que funcionaba
162	como casa de salud y espacio de acogida. Además de la atención médica,
163	se daba a los pacientes un tratamiento espiritual. El Hospital San Juan de
164	Dios estuvo al servicio de la comunidad por más de 4 siglos, miles de



165	enfermeras, doctores, boticarios, cocineros forman parte de los mitos y
166	leyendas que tiene esta edificación. En 1998 fue restaurado y ahora
167	funciona como museo. Ofrece una exposición permanente de los procesos
168	socio- históricos de la ciudad de Quito y también exposiciones temporales
169	que itineran por barrios y parroquias.
170	Usted puede ingresar al Museo de la Ciudad de martes a viernes de 9h30 a
171	17h30.
172	Una vez visitado el Museo de la Ciudad le pedimos que suba por la calle
173	Vicente Rocafuerte para arriba hacia el Oeste. Mientras sube, en la
174	primera cuadra usted podrá encontrar una pequeña plaza y la Iglesia de
175	Santa Clara. En este espacio funcionaba un mercado de víveres. Siga
176	subiendo hasta llegar a la esquina de las calles Vicente Rocafuerte y
177	Cuenca. Gire a su derecha y camine por la calle Cuenca, antes de pasar la
178	primera transversal usted encontrará una casa de pared blanca, en la puerta
179	usted va a encontrar una placa que dice Museo Casa del Alabado.
180	El Museo Casa del Alabado ocupa un espacio histórico de un inmueble
181	colonial del siglo XVII. Es un Museo arqueológico de sitio, en el que podrá
182	encontrar más de 500 piezas arqueológicas de las culturas precolombinas
183	del país. Precolombino significa antes de la llegada de Colón y los
184	españoles. Entre las más representativas están: La Tolita, Machalilla,
185	Chorrera, etc. Estas piezas arqueológicas son importantes porque reflejan
186	la cosmovisión y cultura de los indígenas americanos. La propuesta
187	museográfica gira en torno a tres temáticas: el inframundo o mundo de los
188	ancestros, el mundo terrestre y el mundo de los espíritus. Cada mundo
189	ocupa una parte de la casa.
190	El horario de atención es de martes a sábado de 9h30 a 7h30 y domingo
191	10h00 a 16h00.
192	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
193	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN BAJA A 2P HASTA LÍNEA 226</u>
194	Al salir del Museo Casa del Alabado, continúe caminando por la calle
195	Cuenca hacia el norte hasta llegar a una plaza de gran tamaño. Usted se
196	encuentra en la plaza San Francisco. Le pedimos que suba por las gradas de
197	la plaza. Por favor ubíquese al frente de una edificación blanca con una
198	puerta con columnas de piedra, luego dirija su vista a la derecha encontrará
199	a lo lejos unas columnas negras, son las cúpulas de la iglesia de la Basílica
200	del Voto Nacional, esta iglesia tiene una interesante arquitectura neogótica.

201	Si desea conocerla de cerca deberá dirigirse a las calles Carchi y
202	Venezuela. Nuestro recorrido no contempla la visita de la Basílica. Vuelva
203	su vista hacia la edificación blanca, usted se encuentra una capilla, es la
204	capilla de Cantuña. Cuenta la popular leyenda que en el Quito Colonial
205	vivía un indio hábil en el arte de la cerrajería, la carpintería y la
206	construcción, el indígena se llamaba Cantuña. Él prometió construir el
207	Atrio de San Francisco a los frailes franciscanos en un tiempo determinado,
208	si Cantuña no cumplía con la construcción iría a la cárcel. Los días pasaron
209	y Cantuña no terminaba de construir el atrio, una noche antes de entregar la
210	obra Cantuña entró en una profunda angustia y desesperación al ver que no
211	iba a terminar de construir la obra, entonces apareció un hombre vestido de
212	capa roja que decía llamarse Luzbel, amo y señor del infierno. Luzbel le
213	dijo que él podía acabar el atrio pero que a cambio quería el alma de
214	Cantuña. En vista de la desesperación que el indígena tenía aceptó el trato
215	con la única condición que se coloquen todas las piedras, Luzbel aceptó la
216	condición al parecerle simple y fácil de cumplir. Toda la noche el diablo y
217	sus diablitos trabajaron para terminar la capilla, al día siguiente, en efecto,
218	el atrio estuvo terminado y Luzbel fue a cobrar el alma de Cantuña, pero
219	éste con una actitud recelosa le dijo a Luzbel que el trato no había sido
220	cumplido. Cantuña había escondido una piedra debajo de su poncho así que
221	a la construcción le faltaba una piedra para estar completamente terminada.
222	Luzbel enojado por tal engaño maldijo a Cantuña y regresó al infierno. Así
223	es como Cantuña salvó su alma.
224	Al ingresar por la puerta de madera con columnas de piedra encontrará el
225	convento principal que Cantuña construyó, como dice la leyenda.
226	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
227	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN BAJA A 2P HASTA LÍNEA 248</u>
228	Al salir de la Capilla de Cantuña, le pediremos que camine unos pocos
229	metros hacia su derecha y se ubique de frente de una majestuosa
230	construcción religiosa, con dos cúpulas a los costados y una gran puerta de
231	madera rodeada de una estructura arquitectónica de piedra. Es la iglesia y
232	Convento de San Francisco.
233	La Iglesia y el Convento de San Francisco se construyeron pocos meses
234	después de la fundación española y tardaron 70 años en construirla. Fue
235	fundada por el franciscano Fray JodocoRickie a quien se le atribuye ser el
236	primer hombre en introducir el trigo al Ecuador. La iglesia San Francisco

237	en un templo imponente y simétrico tallado en piedra. Sobre el altar de la
238	Iglesia está la famosa Virgen alada de Quito hecha por el importante
239	escultor Bernardo de Legarda mencionado anteriormente.
240	Al salir de la iglesia San Francisco y antes de bajar las escaleras frontales
241	de la plaza San Francisco le pedimos que mire hacia la Basílica, allí
242	encontrará unas cúpulas y un reloj, es el reloj de la Merced que podrá verlo
243	con más detenimiento en la Ruta D de esta serie.
244	Baje las escaleras y cruce la plaza en sentido diagonal hacia el sur. Al
245	llegar a la esquina de la plaza se encontrará con las calle Sucre y
246	Benalcazar, camine por la calle Benalcazar hacia el norte hasta llegar a la
247	transversal Espejo por ahí gire a su derecha y camine por la calle Espejo
248	hasta llegar a la Plaza Grande, punto de donde empezamos el recorrido.
249	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>
250	<u>CONTROL</u> <u>FADE IN CANCIÓN (DEL PRINCIPIO) BAJA A 2P</u>
251	Esta ha sido la ruta C de la serie de audioguías de Quito. Esperamos que su
252	recorrido haya sido placentero y enriquecedor. Para continuar con otros
253	recorridos consulte a <a href="http://www.audioguiasquito.com">www.audioguiasquito.com</a> o revise las opciones de
254	rutasy alojadas en su dispositivo de audio.
255	Gracias por visitarnos, esperamos que vuelva pronto.
256	<u>CONTROL</u> <u>FADE OUT CANCIÓN</u>

## CONCLUSIONES

- A pesar de los problemas económicos que ciertos países sufren, el turismo ha seguido creciendo y fortaleciéndose en nuestro país. Cada vez más gente tiene la posibilidad de viajar al extranjero y el Ecuador es un destino muy reconocido en el ámbito internacional.

Gran cantidad de turistas extranjeros llegan a Quito con fines académicos: sea para aprender el idioma español o con programas de intercambios estudiantiles universitarios. Como destino para aprender el idioma, el acento neutral de los quiteños facilita el aprendizaje. Otro factor que se considera es el costo, no excesivo, de instalarse y vivir en Quito. La utilización del dólar estadounidense como moneda facilita la transferencia y las transacciones. Finalmente, Quito es una ciudad multifacética en la que se pueden desarrollar diversas actividades turísticas: en ese mismo sentido, Ecuador es un país pequeño en el que los destinos turísticos más diversos están muy cerca uno de otro.

- Las guías turísticas se apoyan cada vez más en la tecnología móvil para desarrollarse, debido a su rápida difusión y a la reducción de los costos para el consumidor.

El audio es el formato idóneo para una guía turística, pues permite que el usuario realice dos actividades a la vez. El viajero puede observar en vivo y en directo los atractivos turísticos mientras escucha la narración sobre el punto turístico que está visitando.

- El Centro Histórico de Quito es el más grande y mejor restaurado de todo el continente americano. Conocerlo es una importante motivación para los viajeros

con intereses históricos y culturales. Muchos puntos turísticos de interés de la ciudad tienen ubicaciones muy cercanas, lo que facilita logísticamente su acceso: el turista puede conocer más en menos tiempo. Esta condición es una ventaja pues, por motivos de altitud de la ciudad, el turista que llega a Quito no está dispuesto a caminar por largos períodos en sus recorridos.

- El guiado turístico personal es una actividad de muchos profesionales especializados. Algunos de ellos trabajan para agencias de viajes, otros para el Municipio y algunos tienen emprendimientos particulares. La serie de audioguías turísticas para el Centro de Quito constituyen una opción adicional para los viajeros que llegan a Quito y quieren descubrir por ellos mismos la ciudad: para esos viajeros que, a pesar de tener una amplia variedad de guiado turístico y una diversa gama de precios, no planean contratar el servicio de un guía personal. En tal sentido, las audioguías no constituyen una amenaza para los profesionales del guiado turístico personal, sino un complemento e, incluso, un motivante para contratar guiado personal. Hay historias, leyendas y tradiciones que “tienen que ser contadas”: no basta con la visita presencial al sitio. En ese sentido, el lenguaje auditivo permite la narración personalizada. Sin embargo, la audioguía no tiene la capacidad de responder a las inquietudes adicionales del que escucha. Esa es una ventaja que el guiado profesional personalizado sigue ofreciendo como servicio insustituible.

## RECOMENDACIONES

- En vista del crecimiento del sector turístico, también ha aumentado la demanda de productos comunicativos que soporten la actividad turística. Los comunicadores deberían considerar el entorno turístico como un campo interesante para la generación de proyectos o como tema para el ejercicio profesional.
- Otros ámbitos relacionados con el turismo, como el aprendizaje de idiomas, requiere la creación de productos comunicativos. El apoyo al sector académico debería ser motivo de interés de los egresados y profesionales de la comunicación.
- Reunir esfuerzos de distintos ámbitos del conocimiento para colaborar en la consecución de objetivos comunes puede ser el punto de partida para el desarrollo de iniciativas comunicativas. El desarrollo de aplicaciones móviles de guiado turístico, por ejemplo, requieren de la participación de diversas áreas: técnica, comunicativa, social, estética, didáctica, por ejemplo. El trabajo en equipos interdisciplinarios debería fomentarse como parte de la formación académica de todo comunicador.
- Las autoridades municipales deberían fortalecer las políticas de conservación y restauración del Centro Histórico de Quito, pues es una importante razón para que los turistas visiten la ciudad. La implementación de facilidades que brinden al turista seguridad, transporte e información adecuados es otra área en la que la administración municipal debería mejorar sus esfuerzos en el futuro cercano.
- En vista de que el formato audio tiene características particulares que permiten desarrollar simultáneamente varias actividades, sería interesante fortalecer el

interés en el audio como medio para ciertos productos comunicativos como guías, instructivos o manuales.

- Los servicios turísticos de alojamiento, alimentación, transporte y entretenimiento deberían contemplar que muchos de sus clientes son grupos grandes, de más de ocho personas, y estar preparados con la infraestructura necesaria para brindar sus servicios de manera adecuada.
- A pesar de su altitud, la cercanía geográfica de los puntos de interés en el Centro Histórico de Quito puede ser aprovechada para proponer alternativas turísticas locales para segmentos de la población que requieren poca movilización, por sus condiciones particulares de salud o edad. Sería interesante desarrollar recorridos turísticos para personas de la tercera edad.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

- AGUIRRE, Manuel, *Sostenibilidad Financiera de Áreas Naturales protegidas en Ecuador, Situación y Perspectivas*, Quito, Flacso, 2009.
- BERTONCELLO, Rodolfo, *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas*, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 2002.
- CASTRO ÁLVAREZ, Ulises, *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región Costa, Sur de Nayarit México*, tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias para el desarrollo sustentable, Jalisco, Universidad de Guadalajara, Octubre 2009.
- CHIAS, Joseph, *Plan Q 2012 Plan Estratégico de Turismo de Quito*, Barcelona, Chias Marketing Systems SL, 2007.
- COBO ROMANÍ, Cristobal, y PARDO KUKLINSKI, Hugo, *Planeta Web 2.0*, Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Barcelona / México DF, Universitat de Vic / Flacso México, 2007.
- ESPINOZA, María Elisa, *El manejo de la privacidad en la red social Facebook*, Disertación de grado previa a la obtención del título de licenciada, PUCE, Quito, 2011.
- FUMERO, Antonio, y ROCA Genís, *Web 2.0*, Madrid, Fundación Orange España, 2007.
- GARCÍA SÁNCHEZ, María Dolores, *Manual de Marketing*, Madrid, EISIC Editorial, 2008.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS, *Censo Nacional Económico 2010*, Quito, INEC, 2010
- MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL DEL ECUADOR, *La llegada de nuestro ferrocarril: el sueño de la unidad nacional*, Quito, Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2008.
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador "Plandetur2020"*, Quito, Ministerio de Turismo, 2007.
- NACIONES UNIDAS, COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS EUROSTAT, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, y ORGANIZACIÓN DE COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS, *Cuenta satélite de Turismo: recomendaciones sobre el Marco Conceptual*, 2008,



Luxemburgo/Madrid/Nueva York/París, Organización de Naciones Unidas, 2010.

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN QUITO, *El Turismo en Ecuador*, Quito, Embajada de España, 2007.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO y SECRETARÍA GENERAL IBEROAMERICANA, *Turismo en Iberoamérica: Panorama actual*, Madrid, OMT Y SEGIB, 2010.

PALLADIO, Andrea, *L'Antichità di Roma*, Roma, Vincenzo Lucrino, 1554.

PAUSANIAS, *The Description of Greece*, Londres, Thomas Taylor, 1824.

PERALTA, Evelia, y MOYA, Rolando, *Quito: Patrimonio Cultural de la Humanidad*, Quito, Ministerio de Relaciones Exteriores de la República del Ecuador, 2002.

QUESADA CASTRO, Renato, *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad*, 2ª ed., San José-Costa Rica, EUNED, 2010.

SANCHO, Amparo (dir.), *Introducción al turismo*, Madrid, Organización Mundial del Turismo, 2008.

#### **Internet:**

ACOSTA, María Cecilia, *Tecnología y Nuevas Tecnologías de Comunicación: Reflexiones desde una perspectiva histórica*, Latin Educa2004.com Primer Congreso Virtual Latinoamericano de Educación a Distancia, en línea: [http://www.ateneonline.net/datos/92\\_03\\_Acosta.pdf](http://www.ateneonline.net/datos/92_03_Acosta.pdf), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

ADELL, Jordi, y BELLVER, Carles, *La Internet como telaraña: el World Wide Web*, Universitat Jaume I – Castelló, artículo en línea: <http://www.uv.es/~biblios/mei3/Web022.html>, fecha de acceso: 24 de enero de 2013.

ARCOS, Eduardo, “Las Netbooks están muertas”, en *Alt 1040*, blog en línea: <http://alt1040.com/2011/04/las-netbooks-estan-muertas>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

CÁMARA, Alicia, *De España a Roma. Peregrinar con guía en el siglo de oro*, Universidad Nacional de Educación a distancia UNED, en línea: <http://es.scribd.com/doc/51212632/CAMARA-MUNOZ-De-Espana-a-Roma-Peregrinar-con-guia>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

CAMINOSANTIAGO.COM, *Aymeric Picaud*, en línea: <http://www.caminosantiago.com/index.php/es/cultura/peregrinos-ilustres/62-aymeric-picaud>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

- CARCELÉN RUIZ, Roberto, *La Infraestructura Turística, generadora de oportunidades de desarrollo económico y social*, Colegio de Arquitectos del Perú, exposición en línea: <http://cap.org.pe/pdfs/48aniv/16-RCRB.pdf>, Lima, fecha de acceso: 24 de febrero de 2013.
- CASTELLS, Manuel, *Internet y la Sociedad Red*, artículo en línea: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain7.html>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- CAZORLA, María Dolores, *Antecedentes de la actividad turística: evolución y características de los viajes a través de la historia*, Presentación PowerPoint para la clase Introducción al Turismo, en línea: <http://www.slideshare.net/Amvz/cap-i-antecedentes-de-la-actividad-turstica>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- CRUZ, José Luis, *Capacitación para guías de turistas*, Secretaría de Turismo de México, 29 de septiembre de 2011, en línea: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Capacitacion\\_para\\_Guias\\_de\\_Turistas](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Capacitacion_para_Guias_de_Turistas), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, *Quito capital americana de la cultura 2011*, en línea: <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/noticias/noticias-2010/42-diciembre-2010/348-quito-capital-americana-de-la-cultura>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- ECUADIVE, *Buceo en Ecuador*, sitio web en línea: <http://www.ecuadive.com/ecuadive.html>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- FERROCARRILES DEL ECUADOR, *Rutas y horarios*, sitio web en línea: <http://www.ferrocarrilesdeecuador.gob.ec>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- GARCÍA ARENILLA, Iván, y otros, *Diseño y Desarrollo de Interfaz Multifuncional Holónica para audioguía de ciudades*, Fecha de creación: octubre de 2010, en línea: <http://www.tecnicaindustrial.es/tifrontal/a-3049-Dise%C3%B1o-desarrollo-interfaz-multifuncional-holonica-audioguia-ciudades.aspx>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- GETINO, Octavio, “Turismo. Entre el ocio y el negocio, capítulo 2”, en *El blog de Octavio Getino*, bitácora en línea: <http://octaviogetinocine.blogspot.com/2010/06/turismo-entre-el-ocio-y-el-negocio.html>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- HART, Vaughan, y HICKS, Peter, *Palladio's Rome*, artículo en línea: [https://jscholarship.library.jhu.edu/bitstream/handle/1774.2/32823/PalladiosRome\\_FINAL.pdf](https://jscholarship.library.jhu.edu/bitstream/handle/1774.2/32823/PalladiosRome_FINAL.pdf), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- HERNÁNDEZ LUIS, José Ángel, “Turismo de masas y transporte: el gran reto del turismo del siglo XXI,” en *Scripta Nova*, revista electrónica de Geografía y

Ciencias Sociales, Vol. XII, núm. 258, en línea: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-258.htm>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

INFORMÁTICA HOY, *Historia de los navegadores*, artículo en línea: <http://www.informatica-hoy.com.ar/historia-de-la-computadora/Navegadores-de-Internet.php>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

INSTITUTO DE TECNOLOGÍAS EDUCATIVAS, *Tipos de Conexión a Internet*, Ministerio de Educación, Gobierno de España, en línea: [http://ntic.educacion.es/w3/programa/usuarios/ayudas/tipo\\_conexion.htm](http://ntic.educacion.es/w3/programa/usuarios/ayudas/tipo_conexion.htm), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

INTERNATIONAL COUNCIL ON MONUMENTS AND SITES (ICOMOS), *Informe técnico para el Comité de Patrimonio Mundial de la UNESCO*, en línea: [http://whc.unesco.org/archive/advisory\\_body\\_evaluation/002.pdf](http://whc.unesco.org/archive/advisory_body_evaluation/002.pdf), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

LAMARCA LAPUENTE, María Jesús, *Historia de la WWW*, artículo en línea: [http://www.hipertexto.info/documentos/h\\_www.htm](http://www.hipertexto.info/documentos/h_www.htm), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

MINISTERIO DEL AMBIENTE DEL ECUADOR, *Reglamento General de Actividades Turísticas Decreto No. 3400*, documento en línea: <http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/anny/Decreto%20No.%203400-Reglamento%20general%20de%20actividades%20tur%C3%ADsticas.pdf>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

MINISTERIO DE FINANZAS DEL ECUADOR, *Presupuesto General del Estado 2010: Consolidación por Sectorial Institución Gasto*, en línea: [http://www.mef.gov.ec/PRESUPUESTO\\_2010-2013/PRESENTACION%20PROFORMA%202010%20ASAMBLEA/PGE\\_2010/PRESUPUESTO%20GENERAL%20DEL%20ESTADO%20PGE/GASTOS/1.3%20SECTORIAL%20GASTOS.pdf](http://www.mef.gov.ec/PRESUPUESTO_2010-2013/PRESENTACION%20PROFORMA%202010%20ASAMBLEA/PGE_2010/PRESUPUESTO%20GENERAL%20DEL%20ESTADO%20PGE/GASTOS/1.3%20SECTORIAL%20GASTOS.pdf), fecha de acceso: 24 de junio de 2011.

MINISTERIO DE TRANSPORTE Y OBRAS PÚBLICAS, *Rendición de Cuentas 2010*, documento digital en línea: [http://www.mtop.gob.ec/especiales\\_Rin\\_Cuentas\\_a.php](http://www.mtop.gob.ec/especiales_Rin_Cuentas_a.php), fecha de acceso: 29 de noviembre de 2011.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Entradas y salidas en el Ecuador 2007 – 2011*, en línea: [http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ABRIL\\_\(P\)-1.xls](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ABRIL_(P)-1.xls), fecha de acceso: 14 de noviembre de 2011.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Estimación de desplazamientos-Turismo interno*, Documento digital en línea: [http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ESTIMACION\\_DE\\_DESPLAZAMIENTOS.doc](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/ESTIMACION_DE_DESPLAZAMIENTOS.doc), fecha de acceso: 14 de noviembre de 2011.

MORRISON, Allen, *Los tranvías de Quito, Ecuador*, en línea: <http://www.tramz.com/ec/q/qs.html>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, *El turismo internacional muestra un saludable crecimiento en la primera mitad del 2011*, comunicado de prensa, Madrid, 7 de septiembre de 2011, en línea: [http://www.unwto.org/media/news/sp/press\\_det.php?id=1665&idioma=S](http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=1665&idioma=S), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- ORIHUELA, José Luis, *De buscar información a encontrar personas*, artículo en línea: Digital Media Weblog: <http://www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela/public/post/de-buscar-informacion-a-encontrar-personas-9907.asp>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- PEREIRA, Ana Luisa, y FÉLIX, Maria Johana, “Siglo XXI: nuevos valores, nuevas profesiones. Una perspectiva del ocio deportivo en la naturaleza integrada al Turismo”, en *Lecturas, Educación Física y Deportes*, Buenos Aires, N° 50, julio de 2002, revista digital en línea: <http://www.efdeportes.com/efd50/turismo.htm>, fecha de acceso: 21 de marzo de 2013.
- QUITO FINDYOURADVENTURE, *Actividades en el Mar-Ecuador*, sitio web en línea: <http://www.quitoadventure.com/aventura-ecuador/actividades-agua-ecuador/index.html>, fecha de acceso: 22 de noviembre de 2011.
- QUITO TURISMO: EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO, *Comportamiento del Turismo, Marzo 2010*, en línea: <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/noticias/noticias-2010/44-abril-2010/329-comportamiento-del-turismo>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- QUITO-WIFI.COM, *Características del servicio y ubicaciones*, sitio web en línea: <http://www.quito-wifi.com/quito-wi-fi/caracteristicas-del-servicio.html>, fecha de acceso: 3 de abril de 2012.
- RODRÍGUEZ, Amalia, “En 2014 habrá 1700 millones de smartphones en el mundo, según un estudio”, en *Tendencias 21*, Revista electrónica de Ciencia, Tecnología, Sociedad y Cultura, en línea: [http://www.tendencias21.net/En-2014-habra-1-700-millones-de-smartphones-en-el-mundo-segun-un-estudio\\_a4384.html](http://www.tendencias21.net/En-2014-habra-1-700-millones-de-smartphones-en-el-mundo-segun-un-estudio_a4384.html), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- SITIO TURÍSTICO OFICIAL DE QUITO, *Acerca de Quito*, en línea: <http://www.quito.com.ec/blog/index.php/acerca-de-quito>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- TECNOLOGÍA. MEDIOS COMUNITARIOS.NET, *CMS Gestores de Contenido Web*, sitio web en línea: <http://tecnologia.medioscomunitarios.net/93>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.
- TEJEDOR TEJEDOR, Francisco Javier, *Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y la investigación educativa*, Universidad de Salamanca, artículo en línea: [http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/06/06-articulos/monografico/pdf\\_6/tejedor.pdf](http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/06/06-articulos/monografico/pdf_6/tejedor.pdf), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

UNESCO, *Reporte final de la Segunda Sesión del Comité Intergubernamental para la Protección del Patrimonio Cultural y Natural del Mundo*, en línea: <http://whc.unesco.org/archive/1978/cc-78-conf010-10reve.pdf>, fecha de acceso: 21 de junio de 2011.

UNIQUE SOUTH AMERICA TRAVEL EXPERIENCE, *Aeropuertos de Ecuador*, sitio web en línea: <http://www.unique-southamerica-travel-experience.com/aeropuertos-de-ecuador.html>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2012.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, BIBLIOTECA HISTÓRICA, *De ruinas, o sobre maravillas de Roma y primera arqueología*, en línea: <http://www.ucm.es/BUCM/foa/27725.php>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

VARELA, Juan, “Plataformas digitales contra neutralidad de la Red”, en *Periodistas 21*, blog en línea: <http://periodistas21.blogspot.com/2010/08/plataformas-digitales-contra.html>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

VARGAS, Esther, “15 herramientas de curaduría de contenidos que los periodistas debemos conocer”, en *Clases de Periodismo*, blog en línea: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2012/01/09/15-herramientas-de-curaduria-de-contenidos-que-los-periodistas-debemos-conocer/>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

WELCOME ECUADOR, *Observación de Ballenas en Ecuador*, sitio web en línea: <http://www.welcomeecuador.com/observacionballenasecuador.php>, fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

W3SCHOOLS.COM, *Browser Statistics*, en línea: [http://www.w3schools.com/browsers/browsers\\_stats.asp](http://www.w3schools.com/browsers/browsers_stats.asp), fecha de acceso: 24 de marzo de 2013.

## **ANEXO 1**

### **Entrevista a Julio Rivas, Guía Turístico del Centro de Quito**

#### **Cuéntenos sobre su formación educativa**

Los conocimientos tienen que servir, deben ser prácticos y útiles a la gente. La formación universitaria, formación de colegio, ¿de qué te sirve?, ¿de qué sirve el nombre del Colegio? Tú le haces al Colegio. Un currículo no es bueno porque diga: estudió en la Católica. Es excelente universidad, yo le agradezco a mi universidad lo que me enseñó. Inclusive me enseñó que yo estaba equivocado en mi carrera, un día me llamó el padre Juan y me dijo: usted no va a ser un buen abogado, usted es un sociólogo; vaya, salga y conozca el mundo, viaje, enseñe, tiene una memoria privilegiada, esos son dones que no todos tienen.

Entonces yo dije sí y dejé la carrera de derecho a medio camino, y por eso no soy una persona frustrada, me realicé en otro lado. Fui y saqué pedagogía del arte, un *minor* en pedagogía, pero poner eso, ¿de qué te sirve?

#### **Hábleme de Julio Rivas, el Guía Turístico**

El Julio Rivas guía turístico es audaz, yo soy audaz como guía. Tu alzas a ver a una iglesia y te dicen esa es la capilla privada... yo golpeo la puerta, yo no me quedo parado esperando a que se abra sola. ¡Golpeo! Y si me dicen que no es posible entrar, que el padre no está, cien obstáculos, yo venzo los obstáculos. Ya si después de eso no puedo, digo: intenté y en el intento queda el éxito. Entonces he sido profesor 25 años, empecé siendo profesor de los chicos del barrio, les enseñaba inglés. Como yo me iba al Centro Histórico, porque vivía cerquísima en la Alameda, entonces me enamoraba de los edificios, de los lugares, cuando iba a un convento notaba inmediatamente que el

silencio era una cosa fantástica y que se acababa la bulla de los autos y de la gente cada vez que entraba en un claustro, en un convento, en un monasterio. Entonces, me enamoraba de eso pero sin ser egoísta, decía: esto tiene que ver mi enamorada, mi amigo, mi pana, mi hermano, mi mamá tienen que ver esto, entonces les iba llevando a mis amigos. Les llevaba a lo que a mí me había hecho feliz que pensaba que les podía dar felicidad a los demás. Entonces como persona me desperté a este mundo y luego como profesor decía: ¡Qué ridículo enseñarles a los niños la leyenda de Cantuña y no llevarles a Cantuña y decirles aquí pasó: toquen, vean, huelan!

Entonces yo como guía soy: audaz, apasionado, transmito las cosas claro, exigente conmigo mismo para dar lo mejor que tengo y exijo de los demás porque eso es lo lógico. Por ejemplo, si tú sales a un *tour* conmigo y te dedicas a hablar por el celular no estás dando tu parte que es tu atención. Entonces yo no me molesto pero digo: “¡Qué pena, se perdió!” Si tú te acercas y dices: “Disculpe, ¿qué dijo?” Yo digo: “ya pasó”. No puedo por una persona repetir a diez, entonces una persona tiene que colaborar.

En la vida todo es dar y dar, recibir y recibir; por eso quien más da, más tiene. A través de mis 60 años de vida yo he comprobado que quien más da, más tiene.

Como guía, me considero buen conocedor de las cosas, especialmente del arte, de leyendas y tradiciones, especialmente de cosas que tienen varias anécdotas de diferente tipo, por ejemplo: en la presencia de una cruz, de un ángel, hay diferentes versiones. Me encanta ver qué versión, quién dice eso y por qué. Entonces soy muy investigativo, llego al fondo. ¿Por qué el nombre de un parque?, ¿Cómo así le pusieron “La Alameda”, “El Ejido”, “parque Veinticuatro de Mayo”?, ¿Por qué “Guápulo” se llama así? Me gusta llegar al fondo, abajo, a la raíz de las cosas. ¿Por qué nos llamamos Quitus?, la gente ni siquiera sabe, ¿Por qué nos llamamos Ecuador?, ¿Qué es Ñaquito?, los barrios

más famosos de la ciudad. A mí me gusta ir al fondo, entonces eso le meto en el concepto de guía y eso es lo que yo soy.

Una persona explicativa, audaz, que no concibo puerta cerrada. Así como no me gustan los pasaportes. Yo diría que el mundo debe ser de todos y tú deberías poder aterrizar en donde sea sin tener que pasar por tanto trámite. No me gustan las puertas cerradas, odio el “No”.

Entonces que te digan “No” para el turismo, por ejemplo: “Quiero visitar tal cosa: No”. “Quiero hablar con el padre, con la monja, con el presidente: No”. O sea los inalcanzables, no. Todo debe estar a la mano, cerca, fácil, diáfano, generoso.

**Un guía turístico, sobre todo del Centro de Quito que es un lugar con tanta información, ¿debe estar acreditado o se puede hacer un libre ejercicio de guianza?**

Hay guías especializados en la guianza común de los lugares que se han acostumbrado a visitar que son: iglesias, Mitad del Mundo, ahora con los nuevos recursos el Teleférico de Quito, son puntos clave alrededor de los cuales se mueve la ciudad. Se necesita tener, desde luego, más que licencia: es fundamental tener el conocimiento y la forma, metodología para transmitirlo, eso es lo más importante. Comprenderás que yo veo esto más con una óptica de profesor.

Por ejemplo, yo no puedo guiar en Galápagos: tengo que buscar un guía de aventura. Cuando voy al Parque Nacional Cotopaxi tengo que ver un guía de los que está en la puerta para que me acompañe; así yo sepa todo, debo buscar a gente especializada porque no hay nada mejor que eso. Alguien me decía, por ejemplo, en museos precolombinos, en el Museo de Oswaldo Guayasamín: la hija de Oswaldo Guayasamín le va a guiar. ¡Maravilla! Es su hija, ¡cómo voy a rechazar esa oportunidad, esa opción tan



buena! Y si el dueño de la casa está, ¡qué mejor! Ahí sí es importante la persona que guía. Si alguien me dice: soy pasante 5 años de la Compañía de Jesús, entonces yo responderé: explícame tú. Hay que aprovechar los recursos que hay. A veces nos creemos autosuficientes en extremo y llegamos a ser prepotentes.

Si mañana me dice a mí la Compañía de Jesús: Señor Rivas desde mañana va a tener usted alguien que le acompañe, yo aprovecharé para enseñarle pero también aprovecharé para aprender. Ya me ha pasado, hay museos que me dicen que vaya con el guía como el Inti Ñan de la Mitad del Mundo y defienden ese espacio por un lado, profesionalmente hablando, y cuando termina la guianza digo: razón que estos chicos son guías de este museo porque saben cómo expresarlo, cómo decirlo, cómo hacerlo. Yo sé lo mío y ellos saben lo suyo. Y de ahí para mí un complemento es el permiso ministerial o de CAPTUR, las agencias de turismo oficiales del Estado son complementos. Lo que hay que hacer son trámites, cursos y saber. Pero más importante es tener un estilo que marque. Mira, yo no tengo permiso de licencia de guía, yo soy profesor. Cuando me involucré en turismo, el Municipio me dijo: tú no necesitas licencia, y me dieron un permiso escrito del alcalde de la ciudad para siempre. Dijeron eres un guía *Ad Honorem*, que quiere decir en latín: adjunto por honor y un promotor turístico, así me llaman. Por ejemplo, si tu vas a la oficina de Quito Turismo, te dicen Julio Rivas es un promotor turístico.

Unos periodistas del Washington Post y el Miami Herald se fueron conmigo, fueron por dos, tres horas, supuestamente a tomar cuatro fotos y a que les diga algo de información y terminamos almorzando juntos, porque ellos se dieron cuenta que la ciudad de Quito es una potencia cultural. Benjamín Carrión ya lo dijo: “El Ecuador debe ser una potencia cultural”, porque su historia lo autoriza para eso. No nos preocupemos de ser potencia militar, ni potencia diplomática ni potencia económica siquiera. Seamos

potencia cultural; siéndolo, lo demás viene junto. Te llega la economía, te llega la diplomacia, te va a llegar todo.

**¿Hay muchos guías turísticos en el Centro Histórico de Quito? ¿Se puede guiar sin licencia y preparación?**

Hay muchos. Uno de mis proyectos es sacar mi libro manual. Todo mundo sueña con tener un libro, hasta el dicho dice: Ten un hijo, escribe un libro y planta un árbol.

Por ejemplo, cuando veo mis artículos plasmados en las revistas me emociono, porque es mi trabajo. Lo que yo soy he pasado al papel y me gusta mucho el papel. Cuando abro un libro nuevo, me fascina el olor: es toda una experiencia, es toda una ceremonia. Es como cuando te vas al cine, compras el *ticket*, la papa que le molesta al vecino, todo. El cine es parte de eso. Nada como el encanto de ir al cine, al teatro, a la vida cultural de la ciudad. De pudrirse de las iras con el tráfico, todo es parte de..., porque son obstáculos que vas pasando y cuando llegas al final, es un logro.

Cada salida tiene que ser una aventura. Por ejemplo no ha llegado el día –y llevo muchos años de guía por esa razón– en que yo diga: “Qué aburrida esta guía, que fea que estuvo”, porque eso quiere decir que yo he hecho las cosas mal, aburridas, feas. El día que yo deje de hacer las cosas bien, mejor paro. Yo hago siempre bien; si al otro no le interesa, es distinto. Si tú fabricas zapatos, quieres que los zapatos sean cómodos y buenos para todos; si a esa persona no le queda ese modelo, es distinto, pero tus zapatos están bien hechos. Entonces por esa razón pienso que hay muchos guías, cada uno en su estilo. Y contestando tu pregunta ya concretamente, hay un montón: cada quiteño o cada persona que vive en Quito puede ser un guía, porque esta es una ciudad tan linda que tú, con un poco de información, lees dos cosas, te informas un poco más, llamas a los museos, reservas una visita, compras las entradas, dices “voy a llegar a tal hora”, te

haces un horario de visita y ya puedes ser guía. No está el éxito de tu vida profesional en dar un servicio siempre pagado, tienes que enseñar a los demás a autoabastecerse de ciertas cosas.

Yo me he encontrado con amigos que, después de hacer *tours* conmigo, ellos están de guías. Dicen: “Ni sabes: vino mi prima con el novio que es de Estados Unidos, o llegó mi hijo que estudia afuera con los compañeros y yo les estoy haciendo el *tour*”. ¡Qué maravilla! Quiere decir que a esa persona de algo le sirvió salir conmigo. Aprendió, se sintió fuerte y orgulloso y eso es cada quiteño. Cada quiteño cuando sale a la calle no puede ser una persona elevada, lela, que no sabe dónde está. Y eso pasa mucho en el Centro. Preguntan: “¿Cuál es la Catedral?” Y chicos estudiantes de universidad dicen: “No sé, pregúntele al policía municipal”. Eso no puede ser. Cada quiteño debe tratar de ser un guía elemental. El otro día le di la oportunidad de hablar a un amigo mío que es lustrabotas, le digo: “Javier, estoy ocupado; dile al señor cómo llegar a San Francisco”. El lustrabotas le dijo perfecto. Saloneros de hotel, meseros, gente que vende caramelos, la señora que vende lotería en la esquina sabe explicar perfecto cómo llegar. Conocen. Cada persona, cada integrante puede ser un guía. Entonces, concretándonos a la actividad, hay muchos guías turísticos y muy buenos, así como hay otros aburridísimos, te dan mucha fecha, mucha cosa. Tú no vas a buscar fechas, tú vas a buscar qué pasó aquí. ¿Por qué este lugar es famoso?, ¿Por qué el Cristo del Padre Almeida es famoso?, ¿Por qué la Virgen Dolorosa es famosa?, ¿Por qué?

Tienes que buscar. En la seriedad de la Compañía de Jesús, tú sales y afuera hay un angelito que tiene los genitales de cemento, es un angelito con pipí. Y la gente se acuerda de la iglesia con el angelito afuera y no se olvidan nunca. No es que se acuerdan por la famosa pintura del infierno, el retablo, la Compañía tiene muchos motivos para

no olvidarse, sin embargo ese detalle hace que mucha gente se acuerde y diga esa es la iglesia.

### **¿Usted tiene más turistas ecuatorianos o extranjeros?**

De todas partes del mundo, pero los que más me han hecho sentir orgulloso han sido los quiteños. Mis cuentas son de turistas quiteños, tengo gente quiteña que me llama una y otra vez y no precisamente por visitantes, sino para salir con los nietos, con los hijos, con los primos, con los hermanos o ellos solos. Hay señoras, señores que se fascinan tanto que salen conmigo ocho o diez veces y me vuelven a contratar una y otra vez.

### **¿Cómo es el turista extranjero?**

Hay de diferente tipo: el turista americano, por ejemplo, es muy legal. No se va sin dejarte tu propina, porque para ellos la propina es ley. Además ellos no desperdician ni un medio minuto de su información: el turista americano se molesta si tú contestas el celular, el turista americano es exigente porque paga; por eso, entonces, espera recibir lo mismo y más, por eso te agradece al final y, bien o mal, te deja la propina porque para ellos es ley, son características del turista americano. Si tú le dijiste al turista americano: “Le voy a dar tal cosa”, tienes que cumplir con eso. Pues ahí viene la clase de turista.

El turista europeo es más flexible: entiende y te acepta tal como eres. Si tú dejaste de decirle algo, igual: pagan igual. Para ellos es opción dar una propina o una palabra. La propina no solo debe ser monetaria, la propina es un “gracias”, una sonrisa. Ayer estaba con una familia venezolana, y es gente que reúne cada centavito para pagarte tus servicios y no te dan propina, pero te dan una sonrisa de agradecimiento que vale más. Y cuando te escriben por internet te dicen cosas tan lindas que valen más que una propina.

### **¿El guía turístico se hace amigo del grupo?**

El guía es el nexo entre el visitante, sea local o internacional, y el propósito de la visita que es el arte, la historia, la tradición, la gastronomía, los servicios y en general la ciudad.

### **¿Hay preocupación si es que un guía informal no puede responder alguna pregunta?**

Sí. A muchos les da vergüenza decir “no sé”. Yo he visto guías de turismo improvisados que salen a la calle con el pariente, con el amigo, a eso yo le llamo guía improvisado. No sé, no me atrevo a decir que hay guías improvisados para grupos. No creo, porque casi todos los turistas, vía internet, se contactan con empresas de turismo como la que yo tengo y como cualquier otra empresa. Entonces ya es difícil que una persona venga aquí sin referencia.

He visto, a veces, que al contar la historia de Cantuña, los turistas preguntan dónde está la piedra, y los guías dicen: ¡Aquí! y los turistas toman la foto y no existe eso, es una leyenda. Te imaginas que justo en el frente de San Francisco esté el hueco, es imposible. Es una cosa entre el diablo y Cantuña que no sabemos si fue real o no. Entonces hay guías que saben y guías que no saben y guías que lo que no saben, se inventan. (risas).

### **¿En el Turismo hay mucha demanda de guías?**

Mucha, a veces no hay guías. Hay mucha demanda y mucha oferta. Pero la gente prefiere servicios especializados, y nos vamos volviendo más famosos. Yo quiero con ese guía, y eso se da por el sello personal que se pone.

### **¿Qué idiomas habla usted?**

Algunos: inglés, francés, alemán como para guiar. En italiano y portugués, a pesar de que la gente dice que son más fáciles, no son tan fáciles; pero entiendo mucho, porque yo viví en Europa bastante tiempo. Entonces entiendo esos idiomas, pero no me atrevo a guiar porque sí necesitas gramática especializada. En los otros idiomas que te hablo, sí. Uno de mis sueños es guiar en quichua a gente quichua y guiarles en su idioma. No sé si estoy muy viejo para aprender quichua.

### **En los países europeos en los que usted vivió fue un turista e imagino que se hizo guiar. ¿Cómo son los guías allá?**

Diferentes, hay gente estupenda. Europa es apasionante y cada esquina tiene historia. Pero en mi caso, como yo siempre veía la óptica de aprender siendo guía, en Londres, en Bogotá, en Buenos Aires, en las ciudades en las que yo viví en Alemania, en Munich, guié. Porque además yo necesitaba trabajar y era un trabajo informal que me daba ingresos. Entonces terminé guiando porque no es nada difícil. Los guías allá son muy puntuales, te dicen una cosa y nada más. Especialmente en Londres, son muy puntuales. Y es curioso, la mayoría de guías en Londres no son londinenses, son japoneses o turcos, son de las colonias: ellos son guías de la ciudad. No hay mucho guía londinense. El londinense está trabajando en los bancos, en las financieras, en las oficinas públicas, hay guías ingleses pero muy pocos. Y en el resto de Europa, en la parte oriental sí hay guías nativos: Rumania, Polonia, Checoslovaquia, allá hay más guías nativos. En las grandes ciudades: París, Londres, Roma, no hay.

**¿El guiado personal depende mucho de la persona para calificar la guianza de mala o buena o hay otros elementos?**

Sí hay otros elementos; por ejemplo, uno se siente orgulloso cuando entra a un sitio y está limpio, cuando la gente ya no se hace pipí en las calles, no bota basura. A veces hay domingos bellísimos en los que teniendo recursos tan buenos como ser peatonal, no tener tráfico, a veces uno está hablando y pasa el bus y suena mucho. Tienes inconvenientes. Y así como tienes inconvenientes personales, hay una anécdota: a veces yo pasaba por un restaurante y un señor esperaba a que yo pase por su lado y –sabiendo que yo no iba a usar sus servicios nunca– me gritaba en el oído el producto que él anunciaba. Pero de una manera brutal, eran almuerzos, entonces él ha de haber soñado algún día que los turistas que yo llevo entren a comer sus almuerzos, que a lo mejor eran hasta buenos, pero la forma de promocionar era tan mala que yo un día fui solo sin turistas y le dije: “¿Por qué me gritas cada vez que yo paso?” Porque me gritaba en el oído. Cada vez que yo pasaba por las veredas chiquitas del Centro, yo iba a delante o detrás de los turistas y este señor cada vez que yo pasaba me gritaba: ¡Almuerzos, almuerzos! Entonces yo le dije: “¿Por qué me gritas? ¿Crees que yo voy a entrar en este lugar?”. “No”. “Entonces, ¿por qué me gritas? Mañana voy a pasar con turistas por aquí. Entonces, pórtate inteligente. Casi siempre por esa cuesta subimos muertos de sed, entonces tenme vacitos de té frío o de guayusa o de té de coca y ofréceme. Ni siquiera dime cuánto me va a costar, solo ofréceme el agua de guayusa, qué te cuesta, yo paso con veinte personas y te dejo un dólar por persona. Tú sabías que yo no iba a entrar nunca”. Con este ejemplo te digo que hay gente educada.

Una de las cosas que los turistas extranjeros se llevan y los nacionales también. Hay gente que no ha ido al Centro Histórico en años y me dice: “Julio, he venido al Centro Histórico a los veinte años o a los diez años o a los tres años, no sé. ¡Qué lindo que ha

estado! ¡Cómo ha mejorado el servicio! Ve como te sirven un sánduche con un vacito de jugo, mira cómo te venden los dulces. ¡Que maravilla! Ya no te dan en la mano con un papel periódico, te lo venden empaquetado enfundado, imagen”. Entonces, elementos: imagen, educación, información. El Municipio está lleno de oficinas maravillosas, almacenes de folclore que no signifiquen comprarse una bufanda carísima o una figura religiosa o un libro y así. Entonces todos estos elementos van complementando tus servicios. Entonces tú dices aquí entro feliz porque esta iglesia está siempre limpia. Por ejemplo, entrar en Santo Domingo: siempre está hermoso el piso, parece un espejo de brillante; los muebles, nítidos; los vitrales están enteros. Tengo que decirlo: vas a la Basílica y los vitrales están rotos, pasas la mano y todo está sucio, maltenido, mugriento, abandonado; entonces entiendes y dices: razón acá no viene nadie. Porque entraste limpio y saliste sucio en todo sentido. No hay quién te dé información, encima pagaste. Pero anda a otras iglesias, a otros locales. Hay un puesto de sánduches que es diminuto pero huele a café, a perejil fresco, a guanábana fresca, a naranjilla, hacen los jugos con fruta, no con pulpa congelada, que es diferente. A veces yo he esperado afuera de San Agustín hasta que se desocupe una mesa de cuatro para entrar ahí, porque te dan buen servicio. El ají es fresco, todo... la servilleta, la sal, la persona que te atiende no te recibe brava, te recibe con una sonrisa, entonces –mira– los complementos son esos. La educación: el día en que en este país la educación mejore, va a mejorar todo: hasta su salud. Porque una persona educada no permite hacer sufrir a sus parientes sin cuidar su salud, una persona educada hace que su salud esté a tiempo siempre bien y respeta a su familia teniendo siempre buena salud; es una parte de tu responsabilidad que te da tu educación.



### **¿Qué tiene que hacer un turista para que usted sea su guía? ¿Cómo le contactan?**

Estoy en la página web, antes no estaba. Me he alimentado del “boca en boca”. Tú vas feliz conmigo y oyes en tu grupo y en tu medio que alguien necesita un guía y en seguida vas a soltar mi nombre. Vas a decir no, no, no vayas con nadie, ándate con esta persona. Esa es la mejor propaganda, por decirlo así. La recomendación del “boca en boca” es lo mejor: ha sido y sigue siendo mi fuerte. A pesar de que tengo mi página web, a pesar de que tengo información escrita en el internet, no tengo *brochures* todavía, porque no me parece necesario.

### **¿Qué tipo de empresa es Quito City Tour?**

De turismo, de todo: reserva de hoteles, *transfer* de aeropuerto, viajes a Galápagos, viajes al Ecuador en general. Por eso tenemos tres nombres aquí: *Go Latin America*, porque creemos en Latinoamérica como un *feedback* mundial. La gente está regresando a ver a Latinoamérica como una base de recursos humanos, de materia prima en general. Por eso nuestra empresa mayor se llama *Go Latin America*, porque en español significa “vamos, Latinoamérica” y nuestro sello –la O– es un petroglifo ancestral. Porque nosotros debemos saber quiénes somos para saber qué queremos y a dónde nos dirigimos.

Ecuador Travel Company habla solo: Compañía de viajes ecuatoriana que te lleva a Galápagos, provincias, playas, selva y el otro, Quito City Tour, que es expresamente de Quito: ir a Quito. Pero Quito incluye Mitad del Mundo –que ya mismo es barrio norte–, incluye el Teleférico, ...

Todo está cerca, es maravilloso: yo me fui a Mindo en dos horas, además porque los caminos están fantásticos. El otro día me dijeron: “Vamos a Baños pero regresamos hoy mismo”. “Vamos”. Fuimos a las ocho de la mañana y regresamos a las siete de la noche.

Entonces: infraestructura, que es responsabilidad del Gobierno. Y se necesitaría ser muy ciego para no darse cuenta que este Gobierno, por errores que tenga, nos ha dado buena infraestructura: no hay nada que hacer. Antes iba a unas escuelas miserables que no tenían ni pizarrón ni bancas donde sentarse y ahora tienen todo. No se puede pedir que todo el país esté así, de a poco.

El país ha dado pasos muy grandes y eso viene siendo nuevos recursos para nuestra actividad, no solo para el turismo.

Yo quisiera ser profesor de historia para decirles a mis alumnos: “Aquí murió García Moreno, aquí Manuela Sáenz...” Todo está limpio, seguro, custodiado, con gente sonreída [sic], ya no se puede pedir más.

Todo está restaurado; antes, me acuerdo que decía: “Qué pena, aquí era esta capilla pero está cayéndose a pedazos”; entonces, todo eso viene a ser un complemento.

**¿Cómo es el comportamiento del turista? ¿En ese rato consiguen un guía o lo planifican?**

La gran mayoría es planificado, pero hay la opción del turista mochilero o del que no tiene un presupuesto para pagarse un guía. ¿Qué hace? Quito Turismo tiene una oficina oficial en la que te dan el guía sin costo por una hora o dos o algo así. Claro, allá en el Quinde, en la Plaza Grande, y ahora hay otros nuevos puestos de información. Hay proyectos como Manos en la Ronda, las Rutas de las Flores –que diseñamos también con Quito Turismo–. Hay rutas como la Semana Santa: la Semana Santa en Quito es fabulosa y uno de los mayores exponentes turísticos que hay. Es religioso, llega a las demás religiones y no llega a ser ofensivo. Hay religiones fuertes como el judaísmo y el brahmanismo. Y yo, ¿para qué me voy a ver crucifijos? Y no es el crucifijo, es el arte.

Si el turista recibe lo que esperaba, el comportamiento de él es de lo mejor. Pero él sabe, y en Quito ya tiene opciones desde cero hasta mil. Si un turista no quiere pagar ni un centavo más de lo que va a pagar en museos... Y yo recuerdo que antes los museos ni siquiera cobraban, había que pedir permiso en las iglesias: ¿Puedo pasar? Y pasabas. Luego empezaron cobrando cincuenta centavos, un dólar. Ahora se paga hasta cinco, seis, siete dólares por persona y aún así sigue siendo barato. Yo he pagado por museos en Europa cuarenta dólares por un *ticket*. Por conciertos que acá escuchamos gratis yo he pagado cincuenta, sesenta dólares en Suiza, en Alemania, en Inglaterra. Entonces –mira qué complemento tan maravilloso– poder venir y tener un guía al cual le das una propina de diez dólares y tienes un guía entero por una hora.

### **¿El guía gratuito no es negativo para el guía pagado?**

No, primero porque el Municipio y Quito Turismo y las empresas estatales no tienen tanto servicio. Tienen el servicio como un adicional pero no es la base. Siempre habrá la empresa privada que dé un servicio especializado de mejor calidad y rodeado de cosas bonitas.

Entonces vamos a un recorrido por el Centro: aparece una banda de pueblo, un helado de paila y así el turista va aprendiendo facilito. Vamos por lugares especiales, por lugares comunes. Que yo te lleve a lugares especiales no quiere decir que no pueda llevarte a la Plaza Grande y explicarte magníficamente. Terminaremos comiendo en algún hotel en cantidades razonables. Un turista puede pagar desde cinco dólares hasta cincuenta por un almuerzo dependiendo de a dónde quiera ir y qué quiera comer.

### **El turista tiene un montón de opciones**

Montones, el abanico de opciones es gigantesco. Va de cero a mil. Puedes tener guía privado como puedes tener guía público que no te cuesta nada.

**En ese caso, ¿por qué habrá gente que no contrata guía?**

En los nacionales porque no es cultura, en los extranjeros es otra filosofía. Cuando yo no contrataba guía era por dos razones: una, porque no tenía dinero para hacerlo y cuando ya tenía dinero no lo hacía porque es hermoso descubrir solo las ciudades. Ibas por ti mismo y te metías a una puerta, a una iglesia, a un museo, pagabas el *ticket* pero descubrías por ti mismo y esa es la filosofía. Los europeos hacen mucho eso. En Mindo había taxis que cuestan dos dólares de la Plaza de Mindo al *canopy* o a la tarabita. Y claro, van ocho gringos, entonces cuesta dieciséis dólares la carrera. Entonces el taxista se mueve y les lleva en el cajón, no es que van en bus comodísimo, los caminos no son tan anchos, los puentes no son tan anchos, sin embargo esta gente se siente feliz. Pero en medio de eso, yo veía más gente caminando porque es filosofía de vida.

**Para finalizar, ¿tiene alguna anécdota, algo bonito de ser guía turístico?**

Muchas, muchísimas. Yo tengo todo un compendio de anécdotas maravillosas. De gente que te dice: “Mis expectativas de Ecuador no eran lo que son ahora. Cuando llegué a Quito y me iba para Galápagos me di cuenta que Ecuador no es solo Galápagos”. El Ecuador ha sido muchas cosas, el Ecuador ha sido Guayaquil, Galápagos, Cuenca, adoran Mindo, Otavalo. Y me dicen: “Gracias por enseñarnos el país”. Y como anécdota, me escriben a los meses o al año y me dicen: “Hace un año estuve en Quito y estuve contigo y me mandan foto. Creo que esa es la mejor anécdota”.

Dentro de las anécdotas, hay una que yo siempre le cuento a la gente. Eran dos niñas argentinas, estábamos como diez adultos y dos niñas argentinas. Al contar yo la

historia del milagro de la Dolorosa del Colegio, les decía que, frente a los niños que iban a comer, la Virgen lloró. La realidad del milagro es que pestañeó, pero el vulgo dice que lloró y algunos exageran y dicen que lloró lágrimas de sangre. Bueno, las niñas ni se interesaban ni atendían, y en un momento dado que hubo un silencio y ya se acercaba la hora de comer, la una niña le dijo a la otra –a la más grande–: ¿Por qué dijo Julio que lloró la Virgen?” Y la otra niña dijo: “A lo mejor sería de hambre”. (risas)

O anécdotas de dos mujercitas –a las que les llamamos beatas–, que hablaban justamente de esto de milagros y cosas; en medio de eso, algo tan grotesco y fuerte como el mal olor. Entonces salían pegadas a la pared, porque eran dos viejitas que necesitaban casi pegarse para caminar. Entonces, en un momento dado, la una le decía algo importante y la otra le suspendió diciendo y utilizando términos que casi nadie conoce: “¡Ay! –decía– ¡hija mía, aléjate! ¡Qué horror la dentina!” Del mal olor, porque la gente se sigue orinando contra las paredes. Y no solo orinando, es bien desagradable. Ahora el Centro Histórico se mantiene limpio, pero hay ciertos sitios que están tan impregnados de úrea que es un bofetón de mal olor. Entonces hay anécdotas bellísimas como esas.

Hay anécdotas como que he tenido que mandar a gente con el chofer por una emergencia, porque los turistas se han sentido mal y ese preciso momento el chofer y el turista han vivido momentos sin hablar el uno español y el otro el idioma que sea. Sin tener idioma de comunicación, el turista me ha dicho: “Qué maravilla tratar con tu chofer”. ¿Qué le diría?, ¿qué haría? No lo sé. Pero ahí está la prueba de que el idioma no tiene fronteras y que es universal la sonrisa, el gesto, el deseo de ayudar o un “apóyate en el brazo”. Ese es el idioma universal y seguirá siéndolo. Entonces, anécdotas muchas. Una vez un chofer mío estaba con un turista español y él le decía: “Enséñame las iglesias más grandes”, y el turista decía: “En España la hubieran

construido en menos tiempo”, porque nuestras iglesias tomaron 150 años: en el caso de la Compañía, tres expulsiones tomaron casi 200 años. El taxista se cansó y cuando decía el turista “Qué iglesia tan grande”, hablando de la Basílica, el chofer le dijo: “Ah, esta mañana que pasé por aquí esa iglesia no estaba”. (risas) Y el arquitecto español me dijo (acento español) “Hombre, tienes un chofer que me ha vacilado: me ha hecho reír. ¡Qué simpático, no me voy a olvidar nunca!”

Ahora yo se lo cuento a los grupos de turistas y se matan de la risa.

El turista no viene solo a escuchar historias: viene a comer bien, viene a que tú le cuentes a veces cosas personales. A veces yo he estado triste y he tenido que llorar al frente de un grupo, porque no sabía que me iba a encontrar con un grupo de niños que están cantando música nacional y dentro del repertorio cantan *El aguacate* y eso me recuerda a mis papás. Y te pones a llorar, estás triste y se acerca el turista y te abraza y ese es el calor. No hay esa frialdad de que yo soy el turista y ese es el guía, que comen en mesas separadas, eso no puede ser. Si cuando comes le cuentas qué es el ají, el chocho, el pan, qué son esas cosas, cómo se preparan y de dónde vienen, si el turismo no para cuando vas a comer o cuando vas a divertirte, entonces hay que dar y seguir y seguir y rodearse de las mejores cosas.

De anécdotas hay millones: de comida, cuando vino Miss Universo una pobre señorita entre las 180 participantes que vinieron aquí no hubo nadie que le dijera a la pobre señorita africana que el tamal chiquitito, que te dan en los cocteles, no se come con hoja. Se comió con hoja y se enfermó. Hubo que darle agüita de manzanilla y llevarle al médico porque en toda la minuciosidad, no le dijeron; en el momento del coctel a ella le dieron y se comió el tamal con hoja y le hizo daño. Entonces hay anécdotas buenas, malas, nunca muy graves. Porque hay en la prensa gente que muere por un mal *canopy*

o gente que se lanzó de una cascada y se da con las piedras. Gente que por hacer deportes extremos se arriesga demasiado y muere. Esa es otra historia.

Pero las anécdotas diarias de un guía son tantas que me cansaría de contarte porque en cada lugar podría contarte una anécdota.

Para mí el patrimonio es la gente, nosotros somos el patrimonio y por eso nosotros debemos cuidarnos, pasar entre nosotros la comunicación, el cariño por la ciudad para poder salir adelante. Por eso el patrimonio no son las iglesias en buen estado o las plazas hermosamente decoradas con flores, ni la infraestructura con mejores buses ni siquiera los sitios a donde ir a viajar o conocer porque llegas al sitio más hermoso que te imagines como es el museo de sitio de Tulipe en Mindo y no tienes buen servicio: regresas rajando contra Tulipe. Y si te vas a la selva y un insecto te pica porque el guía no te dijo “ponte crema o repelente”, o si te vas a la montaña y te quemas de manera tan brutal solo porque el guía se olvidó de decirte que lleves sombrero o te pongas protector solar, regresas rajando y ese lugar queda marcado para toda la vida.

El patrimonio somos nosotros, los dueños de cada país: el ruso, de Rusia; y el ecuatoriano, del Ecuador; y el chino, de la China. Nosotros somos patrimonio de los países y nosotros estamos obligados a pasar esa información bien. Ese es el éxito, a mi manera de ver, de ser ciudad patrimonial que ya tenemos 35 años.

Un ciudadano común puede hacer exactamente lo que yo hago: solo hay que proponerse, no se diga para un estudiante universitario. El patrimonio del Ecuador es la actitud de la gente.

### **¿Cuál es su opinión acerca de las guías no humanas?**

Es importantísimo, de hecho los turistas vienen con GPS y prueban la línea Ecuador. O sea, los recursos físicos materiales: el más chico, desde un mapa bien hecho, hasta un

libro. Y aún en los libros se han equivocado, como decir que el domo de la Compañía es de la Catedral; así, ese nivel, y ha habido que poner en la página pertinente que eso es un error. Entonces que estén bien hechos, que cada día estén mejores, que haya en cantidad, en idiomas, entonces mi opinión es que si bien hay bastante, falta.

### **¿Cree que estas guías van a poder reemplazar al guiado personal?**

No, jamás. Esto ayuda, los libros ayudan. De hecho yo tengo otra anécdota más que con esto te explico. Alguna vez yo veía dos turistas que estaban en una esquina en el Centro discutiendo cómo llegar a un determinado lugar. Entonces, el ser comedido nos convierte en guías sin necesidad de ser guía. Entonces me acerqué y le dije: “¿Qué necesitan?” Otro recurso más: el idioma. Y aunque no supiéramos el idioma, ellos con el dedo te dicen aquí: Plaza Grande. Si vas por la Plaza Grande, ¿qué te cuesta decir: “vamos, síganme”? “Yo voy Plaza Grande, vamos”. Entiende todo el mundo eso. Hay que ser comedido, ahí está la actitud. Entonces nunca la actitud de la gente va a ser reemplazada por papeles: jamás. El turista siempre tiene que revisar, ver bien. No perder su tiempo ni su dinero, ver que no le roben porque en todas partes hay robos y yo conocí a estos señores y cuando *show the hidden places of Quito* cuando ellos me dijeron: “¡Oh!” Y saca de la billetera una tarjeta que decía *Hidden Places of Canada*. Hagámonos socios ocho años atrás, ya van a ser diez que yo trabajo con Canadá, con *Hidden Places of Canada* y ellos me mandan los grupos por teléfono o por *mail*. “Julio, el día lunes llega tal grupo, hacen el recorrido de costumbre, luego van a Galápagos...” Eso empezó así, ayudándoles a llegar. Mi ayuda fue que estaban en una esquina determinada a dos cuadras del Teatro Sucre y buscaban el restaurante Teatrum y querían coger taxi, el taxi les hubiera cogido, ellos le hubieran dicho “llévenos a tal lugar” y el taxi hubiera tenido que dar la vuelta por Santo Domingo y les facturaba. Cuando yo



pude decirles: yo paso por ahí, vamos y además les conocí y además somos socios, ya trabajo con ellos ocho años, tenemos una empresa múltiple que se llama *Quito City Tour – Hidden Places Canada* y coincide que la señora que es directora de ese grupo es escritora también. Ha sido editora entrevistada por Oprah Winfrey, son otros niveles. Entonces me ha traído aquí montañistas –que son los primeros que han coronado el Everest hace años– a conocer el país. Me han traído gente de diferente tipo: intelectuales o simples viajeros que quieren conocer. Ahora yo diría que eso se contrapone porque no existen los simples viajeros. Una persona viajera ya tiene una condición especial ya sabe lo que quiere, qué busca, a dónde va. Por eso te das cuenta si alguien sabe viajar o no sabe viajar y desgraciadamente sigue siendo costoso y está reservado para gente que puede pagar. Entonces hay unos servicios de súper lujo a otros tan sencillos que no dejan de ser importantes. Yo a veces hago guías tan simples, el otro día guíé a gente de Alzheimer y ahí te puedo contar trescientas anécdotas, con enfermedades terminales y yo les llevo al Centro Histórico, gente con SIDA, cáncer no les cuesta un centavo, yo no les cobro nada. Los buses no les cobran nada, los hoteles nos reciben con refrigerios, con jugos.

Cuando tú trasladas a tu profesión, sea la que sea, un contador, un economista, un ingeniero, todos pueden darte humanidad en su trabajo y hacerte concesiones de vida humana, no se diga el turismo. La gente viene aquí por diítas, una señora en una causa noble de Europa me dijo algo al terminar el tour, vino para la Fundación Yasuní o alguna cosa así, se quedó seis días y el día que salió conmigo me dijo: “Esta tarde, estas horas contigo, justifican el viaje”. Seguramente el resto fue muy profesional pero muy frío, porque para eso vinieron, a trabajar y es seguro que les dieron de comer bien, todo bien, lindos hoteles, una maravilla; pero cuando tú le pones ese ingrediente mágico que es el amor, la pasión... las cosas sin pasión para mí no tienen valor, no sirven para nada,

ni el conocimiento. Las cosas con pasión, con gusto, con generosidad. Nunca pienses que cuando estás enseñando a alguien dices: “este me va a quitar trabajo y un día me va a serruchar el piso y un día me va a hacer a un lado”, porque eso va a suceder de todas maneras sin que alguien te lo haga a propósito. El tiempo solo te va poniendo a un lado; por eso tú, inteligentemente, te tienes que ir preparando para que cuando el tiempo cruelmente te ponga a un lado, tú estés preparado para no dejarte poner a un lado. Yo, por ejemplo, ya voy a estar cansado para subir a las torres y las iglesias y para dar clases. Y yo ya me estoy inventando, para eso está la tecnología. Nuestro gerente que tiene veinticuatro años ya le dije que me diseñe un chaleco con una pantalla, les voy a poner a mis guías una pantalla en la espalda y yo me voy a quedar en mi escritorio y desde aquí vía Skype voy a guiar. Entonces, en un momento dado, ellos van a subir físicamente pero cuando lleguen van a decir espérense la persona que se inventó este paseo está aquí: “hable, Julio” y les diré: “hola, bienvenidos” y me van a ver en una pantalla, pero yo voy a estar con ellos. O si no, ya no subiré al refugio del Cotopaxi que me gusta o ya no me iré a Mindo a hacerme *canopy* y darles ánimo a los turistas, algún día yo ya no voy a poder hacerlo más, pero habrá alguien que lo haga por mí. Y lo hará mejor.

Hay que irse preparando para no decir que nos tienen a los viejos relegados, los viejos se dejan relegar porque no se prepararon. Ya la vida cambió, tiene que ser vista de otra manera. La muerte es el final de una vida bien realizada, depende de ti hacerla bien y eso vas dejando en todos en los turistas, en los guías, en los alumnos, en los hijos. Por eso te vuelves exigente contigo mismo y con los demás, para que las cosas cada vez sean mejor. Yo pienso que esa herencia la podemos trasladar a todos los campos profesionales, pero en turismo hay algo especial dada la relación de un día, cinco días, un mes, pero se dan cuenta. Nosotros tenemos en nuestro historial gente que ha venido,

ha conocido el país y ahora está pagando para vivir en Cuenca, en Cotacachi, y se compran departamento ahí hasta el día que les toque morir. Porque han considerado que aquí hay buen trato, vida cultural, vida tranquila. En Mindo mismo hay proyectos de vivienda de montaña de bosque húmedo, en la ciudad de Cuenca, en Vilcabamba. Hay gente que está viviendo ya, gente que eran turistas y ahora viven ahí. Invirtieron ahí sus fondos de retiro, mira qué rubro tan interesante. Las flores, el chocolate, son todos recursos que nos ayudan a sentirnos mejor y eso es turismo. Es la famosa industria sin chimeneas, no contaminamos a nadie y hacemos una industria. Diría yo que el futuro es el turismo, y prepararnos. Por eso, si vuelves en todos los puntos, te das cuenta que aquí no es San Francisco ni la Plaza Grande: lo que nos hará famosos es la actitud de la gente. Porque los turistas no dirán: “qué linda la Plaza Grande de Quito”, porque a lo mejor no es la más linda; dirán: “en la Plaza Grande de Quito me enseñaron esto, alguien me dio la mano para cruzar la calle, probé el dulce más rico que jamás me imaginé y además tiene una historia linda”. Ese es el patrimonio: nuestra actitud. Gente, no es edificios, la ciudad es linda, claro, pero es la actitud, la actitud de cuidarle, de preservarle, de sacar adelante las historias que están escondidas. A veces en los templos dicen “esa monjita sabe del tema, vayan a preguntarle”, “esa monjita debería enseñar a todo el mundo, deberíamos sacarle del templo a la universidad”, “el padrecito sabe el secreto de cómo funciona, a ese padrecito hay que sentarle adelante de ochenta estudiantes, ponerle en internet que ahora es la magia y la comunicación”. Que no queden las cosas escondidas, eso ya no se hace, porque era el padre Fulanito era el que lo hacía. En Cuenca, por ejemplo, hay un arte maravilloso que te sacas un pelo de tu cabeza y le haces pincel y el lienzo es la cabeza de un alfiler, se está perdiendo. Creo que hay una o dos personas que aún lo hacen, claro que tienen unos lentes muy grandes, se afectan la vista. Entonces todo se reduce a la actitud de la gente, todo. Yo diría que el

país va a salir adelante con buena educación, gente más preparada, más culta, más sensible. La gente cree que llorar es malo; no: lloren. Reír no es malo, llorar tampoco; ¿por qué no comen, no lloran, no se quejan? Son actitudes humanas normales.

A una doctora le dije un día: “qué pena, no me puedo tomar el café contigo porque estoy con mi madre en silla de ruedas en el médico”, y ella me dijo “entonces tomémonos el café con tu mamá si es que hay cómo”. Claro, vamos, te presento, y luego dijo que verme en un ambiente tan íntimo fue una maravilla, fue uno de los regalos más preciados que se llevó de Quito. Gracias por permitirme. A un príncipe de Sajonia que es heredero del principado que se llama Alexander le dije: ven a tomar en mi casa el café de Navidad estuvo aquí en Navidad y yo le dije que quisiera que mi hermana venga a tomar acá el café. Entonces dije: “¿cómo le invito a un príncipe?”, al príncipe deberíamos llevarle al Hotel Colón, al mejor salón, al Hotel Quito, a los nuevos que hay en el Centro Histórico a tratarle de acuerdo a su rango. No hay rango para la humanidad. Él vino a mi casa, se sentó en mi mesa con mucho orgullo, le di en mi vajilla y comió lo que yo le pude dar y somos grandes amigos. Y él vino aquí a encontrarse con el Presidente e igual estuvo en mi casa tomándose un café con pristiños, cantando la novena y la gente valora esas cosas.

Entonces actualizarse, ver el mundo con claridad, ver la vida con claridad, ser el mejor tú para ti, porque si tú eres el mejor para ti entonces das lo mejor a los demás.

## ANEXO 2

### **Entrevista a Monserrate Gómez, Coordinadora de proyectos educativos de Fundación Gescultura**

#### **¿De qué se trata el proyecto *Guardianes del Patrimonio* de San Roque?**

Este es un logro que han tenido los vecinos que son artesanos, comerciantes del sector de San Roque, son alrededor de unos 21 que tienen sus asambleas, sus reuniones y de ahí nace la idea de realizar unos recorridos turísticos.

#### **¿Quién tuvo la idea?**

Los vecinos mismos, nosotros (Gescultura) hemos sido facilitadores del proceso. Si es que se llevó a cabo el proyecto es por un trabajo comunitario de por lo menos unos cinco años. Primero nació el proyecto de *Guardianes del Patrimonio*, cuya idea era llevar a los vecinos del sector a espacios culturales del entorno, que conozcan y se apropien de ese espacio. Pero, en la práctica, lo que conseguimos fue que ellos nos enriquecieron con todo lo que conocían de su barrio, más que nosotros indicarles o enseñarles algo a ellos. Fue viceversa. Y ahí es donde surgen nuevas necesidades o propuestas que ellos tenían. Esta primera etapa se hizo con el auspicio del Hotel Gangotena –que está por acá– y el Museo del Alabado, que han auspiciado todo el proceso.

Frente a las necesidades de ese momento –estamos hablando del 2009–, surge como objetivo del colectivo proteger los espacios de valor artesanal y comercial que existen en el sector, porque muchos tenían el riesgo de salir y se estaba perdiendo la vida de estos espacios. Más aún cuando, en el imaginario, lo que se espera de las funcionalidades públicas es refuncionalizar el centro y hacerlo únicamente de carácter turístico. Hasta en el mapa no está incluido San Roque. La mayoría de visitas que tú tienes son hasta San Francisco y de ahí, nada más; San Roque no está ni marcado.

Entonces, en ese sentido, lo que se quería es, justamente, que se visualice que hay estos espacios que también hacen un lugar vivo; si los quitas, igual se acaba. Ahí surge la idea de las rutas, trabajar estos recorridos, que provino de los mismos vecinos. Entonces, como Gescultura, ayudamos a presentar el proyecto a entidades que puedan financiarlo y ganamos el premio Casa América Cataluña; ellos nos financiaron la etapa de capacitaciones. Desde el 2010 los vecinos se han estado capacitando en temas relacionados al turismo. No solo en el turismo, sino también en trabajo comunitario, en planes de negocio, en temas de contabilidad. Eso ha dado como resultado que tengan ya un organigrama establecido. Hay una asamblea que lidera y que toma las decisiones: todos sus miembros, no solo uno, toman las decisiones y se guían un poco por la Junta Directiva de cuatro socios que manejan diferentes temas dentro de la Asociación y de ahí surge uno de los proyectos que es *Caminos de San Roque*.

### **¿Cómo es exactamente el guiado?**

En un inicio queríamos buscar alianzas con personas que sepan guiar; sin embargo, en los talleres surgieron propuestas de los mismos vecinos para que ellos guíen. Hicimos talleres históricos, invitamos a gente que vivió en el barrio –por ejemplo, Aida Freire– para que les cuente, más que un taller, que les cuente cómo era la vida de barrio y todo eso. Y ahí nos dimos cuenta de que muchos de los vecinos, que ya han vivido tiempo, contaban experiencias de ellos; entonces, con eso se podía alimentar un guion. En ese sentido, se estableció el modelo de “anfitrión comunitario”; pero necesitaban reforzar temas de expresión corporal, diálogo con un grupo, manejo de grupos, liderazgo de grupos y eso todavía no tenían. Tenían su historia que contar pero no sabían cómo hacerlo. Entonces buscamos apoyo del Ministerio de Turismo, ahí lo que pasó es que en el sector urbano no hay ninguna propuesta similar; o bueno, capaz propuestas sí hay, eso

no lo puedo asegurar, pero en el Centro Histórico no hay. Desde el Ministerio, lo único que ellos tienen son: guías nativos que son aplicados a zona rural y, sobre todo, a la Amazonía y sectores así. Fue un conflicto, porque ellos (Ministerio de Turismo) tampoco podían capacitarlos, tenían unos módulos completamente largos de capacitación o tenían el modelo de guía que tú tienes que coger tres años para que te den un carné que diga que tú profesionalmente has seguido esa rama, pero esa no era la idea tampoco porque, como te cuento, lo que busca la ruta es que sea súper vivencial y que surja desde el imaginario de quien te está explicando: es lo novedoso y diferente. Como ya no hubo cómo con el Ministerio, frente a este modelo que no existía se vieron otras alternativas. Entonces ahí se complementó su proceso de capacitación con todas las ramas que necesitaban para armar su guión. Tuvieron: desde talleres de expresión corporal, hasta talleres para armar el guion y el recorrido turístico: para que ellos mismos diseñen su recorrido conociendo su entorno y conociendo su barrio y que surja desde ellos. El resultado positivo ha sido que ellos ahora alimentan su guion, entonces son ellos quienes van enriqueciendo ese guion, no siempre es el mismo: a veces cambian o a veces aumentan algunas cosas.

Entonces tienes dos anfitriones comunitarios. Una es Paola: como es joven, ella no ha tenido todo el bagaje histórico pero ella te cuenta la vida de joven, la visión de una joven de barrio que conoce diferentes espacios y el trabajo asociativo —que yo te he resumido a breves rasgos— a través de su recorrido, que es su experiencia directa; entonces eso le hace al guión más suelto y te da más apertura con la persona. Y la otra persona es Patricia Pavón: ella te cuenta su experiencia como comerciante, la transformación que ha visto del mercado que antes estaba en diferentes lugares, cómo actualmente se desarrolla —tomando en cuenta que ella trabaja actualmente en el mercado—. Ellas alimentan su guion constantemente. Nosotros sabemos que es un

proceso en el que hay otras cosas que hay que reforzar, pero que en el camino lo vamos a ir enriqueciendo. El objetivo final es que sea súper vivencial, hay dinámicas a lo largo del recorrido, no es que solo habla la persona; entonces no se vuelve plano, sino que hay dinámicas que las dos hacen para que el visitante se sienta a gusto.

**¿Ellas son las dos anfitrionas comunitarias? ¿No hay más guías?**

Sí, ellas dos son las guías; por el momento no hay más guías y es un guía el que hace todo el recorrido.

**¿Están certificadas?**

No, ellas no están certificadas, es otro modelo totalmente distinto. Si a ellas les hacíamos coger los tres años de turismo, implicaba a que se rijan a cosas previamente establecidas y esa no era la idea. No era la idea tener un guía común que tú sabes que te dice: “Desde el año mil ni se cuanto se hizo tal iglesia y hoy tiene tales cosas...” No: más bien, todo lo contrario.

Y a mí me pasa, cuando visito un lugar me gusta que me cuenten experiencias y sentir las, no tanto oír a alguien que se ha memorizado las cosas, esa es un poco la falencia que he notado tanto en guías metropolitanos como en guías que hacen *city tours*. Claro que sí se presentan dificultades y una de ellas es el idioma, que todavía no lo manejan. Entonces, si tienen turistas extranjeros, tienen un traductor que ya se ha familiarizado con el recorrido y él mismo les ayuda a traducir, pero así se van enriqueciendo los procesos.

**¿Ha habido dificultades técnicas, por ejemplo que un turista pregunte una fecha y no se pueda responder?**



No, para nada, para nada. Más bien cuando surgen algunos cuestionamientos profundos, ellas mismas hacen notar hasta dónde pueden llegar con la información pero, cuando regresan, revisan textos y libros y se alimentan y ya tienen ese dato, y es lo que un guía normal yo creo que hace. Te puede pasar: no sabes todo; pero la ventaja es que manejas desde la experiencia vivencial, entonces ahí es lógico que sepa más una persona que ha vivido algunos años o que ve el movimiento continuo de los locales que alguien externo.

**¿Cómo es el público? ¿Hay turistas extranjeros o nacionales? ¿Hay mucha o poca gente?**

Han tenido de todo, pero creo que turismo nacional ha sido el más fuerte. El nacional, especialmente estudiantes de carreras afines a las sociales: Ciencias Humanas y cosas así. Y extranjeros, ha habido grupos más contados.

**¿Cómo se contactan con ustedes?**

Por internet: tienen su Facebook, la página web, teléfonos de contacto y todo eso. Justo ahora están trabajando en temas de difusión y *marketing* para llegar a más público.

**¿Cuál es el volumen de gente?**

Depende por fechas: como el lanzamiento fue recién el anterior año, entonces recién están midiendo ese volumen. Si analizamos el anterior año, capaz ha de haber sido entre agosto, julio, los flujos más fuertes, por vacaciones.

**¿En tendencia, va aumentando la gente?**

Justo eso están midiendo todavía. Está estable por el momento, pero también es porque el papel, el rol de Gescultura, no es ‘darles haciendo’, sino que ellos mismos encuentren alternativas que les puedan ayudar a crecer como personas y, a su vez, enriquecer su trabajo; entonces a veces en el tema de transmitir esas herramientas se tarda, tú sabes que la comunicación es mediática y necesitas que sea ese rato; en esa transición se frenan un poco los procesos, pero es preferible para que ellos puedan hacerlos solos después.

**¿Cuál es el costo de un recorrido guiado?**

El costo es de \$ 6,50 por persona y \$ 3,50 si eres estudiante.

**¿Esa es la principal fuente de financiamiento o tienen otras?**

Claro, los auspiciantes son los que apoyan el proyecto, los que te dije: (Hotel) Gangotena y (Museo Casa) el Alabado.

**¿Tú crees que si hay alternativas de guianza tecnológica va a bajar el volumen de gente que utiliza su guiado?**

No creo que afectaría en absoluto; sin embargo, sigue siendo una competencia indirecta porque es un servicio novedoso que igual ofertas, pero aún así creo que lo que les llama la atención a los que visitan es tener una experiencia, sentir, y eso es lo que hacen en este recorrido. Por ejemplo: cuando visitan los locales ellos sienten o ven cómo se hace un sombrero, les hacen una limpia. Si es que ellos van solos, con un aparato o con una audioguía, no es lo mismo. Es algo memorizado que te va a estar guiando y, a la larga, va a hacer que dejen eso y pregunten a alguien. Creo que otra dificultad que pueden tener es que el Centro no es tan inseguro como lo muestran, pero ese sí va a ser un

factor que motive a la delincuencia porque vas a ver a muchas personas que están con un aparato y lo tienen que tener para que puedan oír la audioguía o qué se yo, se me ocurre que algo tecnológico puede ser eso. Entonces, en ese sentido, sí vas a tener ese problema y capaz, a la larga, no funciona porque prefieren ir seguros caminando sin un aparato y no correr el riesgo de que te roben o algo así.

**¿Qué otras formas de guiado hay en el Centro Histórico?**

Mmm... el guiado de los municipales que salen del Quinde, Quito Eterno, que ellos hacen teatralizado, y Quito Tour bus que también te guían.

### ANEXO 3

#### **Entrevista a Lenin Robles, miembro de la Fundación Quito Eterno, gestores de la guianza teatralizada *Rutas de leyenda***

##### **¿Qué es Quito Eterno?**

Quito Eterno nació como un proyecto educativo en el 2002, había una interesante idea de una señora llamada Guadalupe de Payman, y ella estaba en ese tiempo –en el 2002– a cargo del Hotel Real Audiencia, era la administradora, y como ella cuenta la anécdota: dice que vio a un gringuito que pasaba por ahí y ese gringuito es nuestro profesor hasta ahora, su nombre es Daniel Brian, él trabajaba como voluntario en el Cuerpo de Paz en esa época y Daniel tenía mucho conocimiento sobre la educación y sobre el teatro; entonces él con Guadalupe deseaban hacer algo para el Centro. Guadalupe se dio cuenta de que los jóvenes no conocían el Centro, ella creía que Daniel era la persona que le podía ayudar. Juntos tuvieron la idea de que sean personajes los que vayan contando las historias, las leyendas, las tradiciones, la memoria de la ciudad de Quito. Se hizo una convocatoria, vinieron jóvenes interesados en hacer sus temas de tesis referentes al Centro Histórico, pero cuando empezaron a trabajar se sorprendieron de las cosas y de los resultados. El primer recorrido salió por septiembre del 2002: fue el personaje de Manuela Sáenz. Daniel preparó teatralmente a la persona y es interesante esta propuesta. Desde el 2002 hasta ahora, Quito Eterno apuesta mucho a eso. No es una guianza tradicional, sino es el personaje apropiándose de su historia y de su ciudad. Ahí es cuando tú reflexionas más, porque podrás coger un libro y leer fechas, podrás leer acontecimientos, podrás leer mucho de la ciudad de Quito –que tiene tantos libros y tantas historias– pero a la gente de acá le ha gustado mucho la propuesta de que sean los personajes los que cobren vida y te vayan contando. Realmente, cuando yo entré a Quito

Eterno, yo entré por terminar mis pasantías y pedí que me ayuden y me dijeron que sí; pero cuando veías a los personajes salir, no eran los compañeros como Willy, Calixta, Pedro Pablo, Javier, que en esa ocasión les veía; sino eran los personajes que ellos representaban: el Soplador, Quilago, el Diablo, Manuela Sáenz... entonces tú veías que el nivel de retención de los estudiantes era mucho mayor y me parece que todos estamos enfocados mucho en eso. Nos gusta personificar.

La gente en la calle nos sabe decir: “Disfrazados, ¿qué están haciendo?” o “Pónganse un disfraz de papa o cebolla y salgan con eso”. Y realmente es el respeto de lo que estás haciendo, de tu personaje, sobre todo al que estás representando.

Tenemos personajes de todo: de historia, de leyenda, de oficios y, realmente, nosotros no nos enfocamos solo en un lado de la historia, sino que tratamos de representar todo lo que hemos investigado para que la gente decida. Nosotros nos diferenciamos porque no solamente contamos los datos que puedes encontrar en los sitios o museos o iglesias, sino que creemos que la gente debe saber absolutamente todo para que la misma gente saque sus propias conclusiones y reflexiones de lo que está viendo. Entonces, más que apuntar al turismo, nosotros siempre pensamos en que la gente debe conocer –y primero los mismos ecuatorianos, los mismos quiteños–, para sentirnos orgullosos y así proyectarlo al mundo entero.

### **¿Cómo funciona una *Ruta de Leyenda*?**

Funciona más o menos así: tenemos para bastantes tipos de público, nuestro fuerte es el tema educativo. En la mañana, trabajamos con estudiantes de colegios, escuelas y universidades. En la noche, hacemos recorridos nocturnos. Por ejemplo, cuando son fechas especiales como el día de la madre, Semana Santa, o los difuntos, nosotros preparamos temas alusivos de esa época desde la comida, vestimenta y hablamos de

absolutamente todo eso. Y tenemos los recorridos que son los sábados, donde la propuesta es visitar un sitio diferente cada sábado. Estos recorridos son un poco más accesibles al público, en el sentido de que, para los recorridos de la mañana y entre semana, nosotros necesitamos un mínimo de personas; en cambio los sábados, la gente puede venir y sumarse así sea solo una persona o dos, tres, cuatro. Y nosotros en los recorridos de leyenda, con los estudiantes, visitamos tres lugares. En estos tres lugares, según la temática que la gente pida o según el personaje, vamos desarrollando la *Ruta de leyenda*. Son varias rutas y nos ayuda mucho porque en estos once años de que Quito Eterno está vigente, nosotros hemos podido conocernos casi todos los lugares del Centro Histórico. Hay uno que otro al que nos hace falta llegar, pero son poquísimos y cada uno tiene su especialidad en cada sitio; pero todos los actores tratamos de saber sobre todos los lugares. Por ejemplo: la profesora nos dice que quiere que le hablemos de la Independencia, pero quiere visitar tales sitios; entonces nosotros le decimos: “no hay ningún problema, pero le recomendamos sitios en los que los estudiantes pueden graficar mejor las historias que se cuentan”. Entonces la profesora ve si acepta o no acepta y listo. O también se ha dado el caso de que nos piden: “Quiero que el Chulla me guíe, o el Diablo, y escójame usted los sitios”. Últimamente, lo que hemos estado haciendo es visitar barrios, porque creemos que también la gente de los barrios o los artesanos que hay en los barrios tienen muchas cosas que contarnos, eso es lo que nosotros procuramos hacer siempre en nuestros recorridos, que la gente se vaya con ese algo en el corazón, mucho más de haber conocido un lugar o saber su historia es saber reflexionar sobre un tema.

### **¿Cuántos guías van en un recorrido?**

Un guía por grupo, el guía-personaje está capacitado para que pueda ser versátil en todo el sitio, entonces conoce el lugar: las plazas, las calles, los sitios y eso es lo que nos ha permitido generar cierto agrado dentro de la gente porque hay personajes que son bien chistosos o bien serios; cada uno le da su personalidad.

**¿Es una guianza desde el punto de vista del personaje?**

Claro, sí, cuando nosotros usamos el traje nos olvidamos de nosotros. Es lo que te decía antes, cuando yo entré yo veía que mis compañeros ya no eran mis compañeros sino eran las personas que decían ser y conocían absolutamente toda la época en la que decían estar; entonces, claro, te vuelves al pasado: es como que te metieras en el libro o es como que el personaje hubiera salido del libro, entonces es esa la magia que a la gente le interesa.

**¿En un mismo recorrido puede haber varios personajes?**

Siempre es uno, nos dimos cuenta de que el personaje puede iniciar y terminar todo el recorrido. Habían recorridos que se hacían de tres personajes en tres sitios y se formaban tres grupos y cada grupo visitaba a los tres personajes, pero a veces era un poco difícil y cansón: entonces optamos por hacer un personaje por grupo, que hace todo el recorrido.

**¿Cuál es su formación académica?**

Realmente eso es algo que nos gusta y nos une mucho a cada uno de nosotros; tenemos diferentes especialidades: hay personas de psicología, de ingeniería en comercio, muy pocos son de turismo, otros han estudiado química y farmacia. Eso ha permitido

también que el grupo se vaya compactando más y genere muchas experiencias y expectativas.

**¿De cuántas personas es el grupo de guías-personajes?**

A ver... en el grupo que estamos manejando las guías somos once y tenemos un voluntario alemán que viene a ser nuestro doceavo [sic] participante o personaje. Nos fue bien el año pasado, tuvimos otro voluntario alemán que hizo el personaje de Humboldt y el programa de intercambio con el que estamos trabajando envió otro chico voluntario, al que le dimos también el personaje de Humboldt.

**¿Quiénes son su público?**

La mayoría de nuestro público son estudiantes. A veces todo el año trabajamos con 14 000 o 15 000 o 20 000 estudiantes, que es nuestra misión. De ahí, las familias quiteñas, ecuatorianas, que muchas veces ya nos ubican o —como muchas veces ha sucedido— se van pasando de boca en boca la noticia de que hay personajes que les cuentan la historia y les muestran los sitios patrimoniales: hablan sobre la memoria, el patrimonio, entonces son generalmente familias de aquí.

**¿Cuáles son las ventajas y desventajas de este tipo de guiado?**

Las ventajas: cuando estás como un personaje puedes salir con cualquier ocurrencia y puedes contar cualquier tema o cualquier cosa, inclusive se ha dado que tú eres un personaje del siglo XVIII y a veces tienes que contar hechos del futuro. Realmente ahí uno se hace más creativo para contar ciertos datos. Y desventajas: sí hay personas que han venido y han dicho que no quieren que sea teatralizado, que por favor nos dediquemos a guiar y a contar de los sitios. Y a veces son las mismas personas las que



dicen que es mejor teatralizado. Esas son las cosas que he visto, que a veces la gente no conoce qué va a haber o qué va a hacer; entonces se asusta y se empieza a inquietar, pero ya cuando va con el recorrido, va viendo cómo es la dinámica y lo va disfrutando.

### **Con el teatro, ¿la gente se acuerda más?**

Eso es lo que también nos gusta mucho a nosotros, cada personaje tiene –por así decirlo– sus seguidores o sus fanáticos que se acuerdan de lo que vivieron. Entonces a veces pasamos por la calle y, como son tantas personas, nosotros a veces no nos acordamos, pero las personas nos dicen: “¡Hey! Yo le vi a usted, usted, usted es el Diablo!” o “¡Vea, beatita!” o “Yo salí con usted” o “Yo le vi de mañana en el periódico y ahí nos enteramos que vamos a hacer un recorrido por acá por San Diego”, entonces la gente está feliz con que se vuelvan a contar muchas cosas. Lo que nosotros hablamos no son solo cosas de los libros, sino cosas que los abuelos contaban. Es parte de la tradición oral, entonces la gente se engancha mucho con esa idea de que le están contando cosas que tal vez las escuchó de su abuelo y que tal vez “eso era lo que nos faltaba acordarnos”, nos dicen. El nivel de recordación que tiene la gente con un personaje es muy alto, entonces eso nos gusta mucho también: saber que lo que estamos haciendo contribuye también para esta ciudad y también para el país.

### **¿Cuál es el volumen de trabajo? ¿Cada vez más o menos gente solicita su guianza?**

Bueno, estamos siempre viendo qué hacer, somos de las personas que no podemos quedarnos quietos, aparte que somos una organización que no depende del Gobierno ni del Estado ni del Municipio ni de ninguna entidad, nosotros somos los que levantamos nuestros propios recursos, nuestro propio dinero y eso te obliga a ser más creativo y estar viendo siempre qué hacer y cómo llegar a la gente, o qué temas no se han hablado

o por ahí buscando personajes: ya hablaste de esto y de aquello. Entonces por ahí te motiva eso a estar buscando más y más o a crear nuevos personajes. Por eso, cada uno de nosotros tiene mínimo dos personajes: ahí exploras con uno y, si estás un poco cansado, entonces vas con otro. Son temporadas las que a veces a la gente se le ocurre llamarnos, pero principalmente nosotros funcionamos con colegios y escuelas: ese es nuestro calendario más fuerte.

### **¿Autofinanciamiento de los recorridos?**

Exactamente, por eso a veces la gente piensa que es muy caro, precios demasiado elevados, pero nosotros estamos convencidos de que les damos calidad a las personas, que pueden contratar una *Ruta de leyenda* y, sobre todo, no todo lo llevamos a nuestros bolsillos, sino que en el pago que la gente hace está incluido el dinero que se va a dar a los monasterios, a las comunidades religiosas, a los sitios patrimoniales, porque también son lugares que no dependen del Gobierno, del Estado, o a veces son proyectos específicos en los que el Gobierno o el Municipio atiende. Por ejemplo, en cuestiones de entradas, de visitas, también nosotros ayudamos a que la gente pueda conocer esos sitios o redescubrirlos, porque la gente se ha olvidado y a nosotros nos gusta mucho la idea de que los sitios están ahí y necesitan ser visitados y somos un apoyo. Muchas veces gente de algunos sitios nos ha dicho: “les extrañamos este mes, ¿por qué no han venido?”.

Eso nos pasó este año: los colegios replantearon sus salidas por el nuevo régimen educativo, entonces muchos meses –que nosotros considerábamos altos– empezaron a decaer. Esperamos que la gente siga viniendo con nosotros y seguimos ahí haciendo este trabajo con mucho amor.

**¿Crees que las otras formas de guianza que hay en el Centro Histórico es competencia de Quito Eterno?**

Realmente consideramos que no, porque igual trabajamos con *Guardianes del Patrimonio*; como te decía siempre estamos buscando qué hacer y *Guardianes del Patrimonio* son también amigos de Quito Eterno. La propuesta de ellos es diferente: por ejemplo, ellos han pedido que sean los artesanos o los mismos moradores del barrio los que cuenten o muestren a su barrio; entonces es una iniciativa fenomenal, a mí me gusta mucho pensar que yo podría ser el embajador del barrio. Cuando hacemos los recorridos con ellos, no los vemos como competencia porque nosotros vamos y les visitamos también a los artesanos. Entonces, de lo que ellos salen y muestran y cuentan al barrio, nosotros buscamos otra alternativa, que ellos estén en su oficio y nosotros vayamos y les llevemos al público, que la mayoría son estudiantes. Es algo que a nosotros también nos gusta hacer, no verlos como posibles amenazas o competencias a los proyectos amigos que son de la ciudad, porque el fin es dar a conocer. Realmente *Guardianes del Patrimonio* nos ha ayudado mucho a que nosotros podamos también redescubrir muchos de los lugares que hay y muchos de los artesanos y sus oficios.

**¿Crees que la tecnología, la guianza utilizando aparatos, puede acabar con su trabajo?**

Ahí sí no te podría decir sí o no, porque la tecnología avanza de una manera sorprendente. Se me ocurre que haya un robot virtual que te muestre todo en el internet o cosas, la tecnología nos sorprendería. Realmente no nos hemos puesto a pensar en eso, nosotros siempre planificamos a inicios del año qué es lo que vamos a hacer, mejor dicho, antes de que inicie el año estamos viendo a dónde ir, qué más hacer, qué más hay o qué no hemos hecho, o qué hemos dejado de hacer. El hecho de evaluarte tú mismo

hace que te pongas más creativo. Y no se me ocurre que tal vez una audioguía sea una posible competencia o un posible medio para que Quito Eterno desaparezca, sino tal vez inclusive puede ser una ayuda. Nosotros siempre buscamos que beneficie, más que a la organización, a la ciudad. Nuestro compromiso es ese y esa es una gran diferencia porque nosotros no solo nos enfocamos al turismo sino que va mucho más allá. Desde lo emocional, lo turístico, desde el orgullo de sentirte que eres parte de este lugar, de este Quito, de este Ecuador, entonces ahí es cuando uno empieza a hacer ciudadanía y eso es lo que nosotros queremos hacer. Si por ahí hay una guía o una audioguía o recorridos virtuales, o si empieza a aparecer alguna cosa más moderna que no requiere el uso de personas, para abaratar los costos, inclusive veríamos el mecanismo para que sean los personajes los que participen de la audioguía o sean los personajes los que estén en las guías virtuales contándote.

Nosotros teníamos un CD, ya se nos acabó, lo mandamos a hacer en Colombia y era un muchachito que entraba a la ciudad de Quito y ese muchachito tenía la oportunidad de escoger con qué guía irse. Ya estaban establecidos los recorridos –y eran los únicos que el muchachito podía escoger– pero esos recorridos te llevaban a conocer toda la ciudad de Quito. A la gente le gustó, pero sí hubo comentarios de gente que nos decía: “sabe que el CD estuvo muy bonito pero más me gusta verles a ustedes”. Hay gente que está tan comprometida con la forma de guianza que quiere ver a los personajes o a veces quiere escuchar el mismo chiste o quiere ver con qué cosa nueva le vamos a salir. Tal vez con las audioguías, con ese tipo de instrumentos o materiales, puede ser ya cansón al mes o al año escuchar lo mismo y lo mismo, entonces es algo que nosotros tenemos un poco de miedo que podamos caer en nuestras mismas historias, en los mismos relatos y en los mismos chistes. Por eso, siempre estamos buscando nuevos personajes, buscando cómo renovar, cómo hacer nuevos sitios porque eso también ayuda bastante.

### **¿Han pensado abrirse al público extranjero?**

Para este 2013 y 2014 estamos pensando que sí, estamos viendo que nuestros personajes tienen que hablar inglés. Un poco nos resistíamos a esa idea porque las cosas que tú cuentas son de aquí de Quito, de Ecuador entonces al traducirlas pierden mucho, porque nuestro idioma es único, al igual que cualquier idioma en todo el mundo. Cosas así que son demasiado quiteñas es difícil traducir: por ejemplo la palabra *calzonario* o palabras que las tenemos con el quichua como *carishina* o *huarmi*, que se pueden explicar, pero no es lo mismo cuando la gente habla directamente y ya sabe de lo que estás hablando. Con la gente extranjera se pierde ese ritmo, porque hay que explicar absolutamente todo el contexto para dar una palabra o una idea, eso es lo que nos ha parecido interesante y a la gente le gusta. Hay muchas personas que nos han dicho o nos han recomendado que para finales de 2013 y principios de 2014, nuestros personajes sean bilingües.

## ANEXO 4

### Consulta por correo electrónico a la Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística del Ministerio de Turismo del Ecuador sobre los motivos de los turistas extranjeros para visitar el Ecuador

**Anahi Sandoval** <kasandoval89@gmail.com> 09/11/11 ☆  
para Rita ▾  
Estimada Rita  
Gracias por su amable mensaje, sin embargo en la página web del Mintur no encontré estadísticas recientes de los motivos por los que los turistas extranjeros visitan el Ecuador. Tal vez tienen el dato? Me ayudaría mucho con esa información  
Gracias  
Anahi Sandoval  
Sent from my iPhone  
...

**Rita Betancourt** <rbetancourt@turismo.gob.ec> 10/11/11 ☆  
para mí ▾  
De las investigaciones de demanda de turismo receptor realizadas en temporadas alta y baja, se determina que para el segmento aéreo el 49,4% tiene como principales motivos de visita al país, vacaciones, recreo y ocio y el 38,9% visita a familiares o amigos. En lo que corresponde al segmento terrestre, el 64,4% el principal motivo corresponde a vacaciones, recreo y ocio y el 20,4% la visita a familiares o amigos entre otros motivos.  
Cordialmente,  
Rita Betancourt  
MINISTERIO DE TURISMO